



Kan vi købe os til en bedre verden?

Gjerris, Mickey

Published in:
Det svære valg

Publication date:
2015

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):

Gjerris, M. (2015). Kan vi købe os til en bedre verden? I *Det svære valg: udfordringer for den etiske forbruger* (s. 19-35). Det Etiske Råd. <http://www.etiskraad.dk/~media/Etisk-Raad/Etiske-Temaer/Natur-klima-og-foedevarer/Publikationer/Antologi-Det-Svaere-Valg.ashx>

DET SVÆRE VALG

UDFORDRINGER
FOR DEN
ETISKE FORBRUGER



DET SVÆRE VALG

UDFORDRINGER
FOR DEN
ETISKE FORBRUGER

DET SVÆRE VALG

UDFORDRINGER FOR DEN ETISKE FORBRUGER

© Det Etiske Råd 2015

ISBN: 978-87-91112-41-6

Udgivet af Det Etiske Råd 2015

Illustrationer og forside: Grafiraf

Grafisk tilrettelæggelse: Jesper Møller-Fink, Det Etiske Råd

Tryk: Rosendahls A/S

Antologien kan bestilles på www.etiskraad.dk



Indhold

Forord / 9

Hvordan får vi et mere klimavenligt fødevareforbrug – er det 'den etiske forbrugers' ansvar? / 11

Af Mickey Gjerris og Anne Lykkeskov

Kan vi købe os til en bedre verden? / 19

Lektor Mickey Gjerris, Københavns Universitet og formand for Det Etske Råds arbejdsgruppe

Fødevarernes klima- og miljøbelastning / 37

Professor Jørgen E. Olesen, Aarhus Universitet

Markedet behøver hjælp, hvis etikken skal være med / 57

Professor Kirsten Halsnæs, Danmarks Tekniske Universitet, medlem af Det Etske Råd

Fødevareautonomi og klimavenligt fødevareforbrug / 73

Professor Lotte Holm, Københavns Universitet

Klimaproblemet og barrierer for den enkelte borgers handling / 83

Professor Jesper Ryberg, Roskilde Universitet

Vi kan ikke redde verden med indkøbskurven / 95

Direktør Lars Pram, Forbrugerrådet Tænk

Skal virksomhederne redde miljøet, hvis politikerne ikke kan? / 103

Lektor Steen Vallentin, Copenhagen Business School, medlem af Det Etske Råd

Muligheder og begrænsninger for landbrugets bæredygtighedsarbejde / 115

Formand for Landbrug og Fødevarer, Martin Merrild

Hvordan kan butiksleddet fremme bæredygtigt forbrug? / 125

CSR-chef Helene Regnell, Dansk Supermarked

Forbrugeren kan ikke være frelseren / 137

Minister for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, Dan Jørgensen

Fødevarer – hvad må staten blande sig i? / 145

Lektor Morten Ebbe Juul Nielsen, Københavns Universitet



DYNAMISK MILJØBELASTNING
FORURENING GENBRUG
STRÅFORMORER KLIMAFORANDRING

ETISK FORBRUGER MSC HAV
OURKLIMAVENLIG REGNSKOV
SK MILJØBELASTNING ØKOSYSTEM
URENING LANDBRUG ETISK FORBRUGER
SK GMO MODIFICERE FORKORTER KLIMA
GTIG MILJØ POLITIK SVAR ETISK FORBRUGER MSC HAV
PORT RESSOURCER VENLIG REGNSKOV PRODUCENTER

ØBELASTNING NATUR ØKOSYSTEM
G GENERELT FAIR TRADE KLIMA ØKO
FORKORTER KLIMAFORANDRING PESTICIDER
ETISK FORBRUGER MSC HAV PESTICIDER ORGANISK

REGNSKOV PRODUCETER LA
ASTNING NATUR ØKO BIODIVER
RUC TRANSPORTERER FAIR

KLIMA FORANDRING
UGER MSC PESTICIDER
PRODUCENTER LANDBRUG
ØKOSYSTEM HAV
KLIMA ØKO

Forord

Det Etiske Råd nedsatte i starten af 2014 en arbejdsgruppe, som skal arbejde med temaet: Den etiske fødevareforbruger. Fænomenet kan ses som en form for 'stemmen med pengepungen' for at adressere nogle problemer, som det for det politiske system har været vanskeligt at finde effektive løsninger på.

Et vigtigt eksempel er, at nogle forbrugere er begyndt at tage ansvar ved at handle klimavenligt i lyset af, at de nuværende generationer er i gang med at nedbryde naturområder, opbruge ikke-fornybare naturressourcer og opvarme klimaet med en hastighed, som truer med at ødelægge livsgrundlaget for kommende generationer.

Mens intentionerne altså er gode hos de forbrugere, som vælger at tage etisk ansvar gennem deres fødevarevalg, er spørgsmålet, om det er en effektiv strategi i forhold til at imødegå klimaforandringerne indenfor det relativt lille tidsvindue, der er til rådighed, før den nuværende udvikling fører til irreversible konsekvenser.

For at indsamle inspiration til dette arbejde arrangerede arbejdsgruppen, sammen med Landbrug & Fødevarer og Forbrugerrådet Tænk, en debatdag den 17. november 2014. Her mødte en række eksperter op og gav deres bidrag til at svare på dette spørgsmål. Nærværende antologi indeholder bidragene fra dagen.

Arbejdsgruppen består af: Christopher Arzrouni, Jacob Birkler, Mickey Gjerris (formand for arbejdsgruppen), Kirsten Halsnæs, Lene Kattrup, Steen Vallentin, Signe Wenneberg, og Christina Wilson. Anne Lykkeskov er projektleder for arbejdet i Det Etiske Råds sekretariat. Stud.mag. Sebastian Jon Holmen har samlet og redigeret antologien.

Jacob Birkler
Formand for Det Etiske Råd

Christa Lundgaard Kjøller
Sekretariatschef

Hvordan får vi et mere klimavenligt fødevarerforbrug – er det 'den etiske forbrugers' ansvar?

Af Mickey Gjerris og Anne Lykkeskov¹

Det er et af vor tids største problemer, at de nuværende generationer nedbryder naturområder, opbruger ikke-fornybare naturressourcer og opvarmer klimaet med en hastighed, som truer med at ødelægge livsgrundlaget for kommende generationer.

I takt med at den videnskabelige forståelse af, hvordan udledningen af drivhusgasser og klimaforandringerne hænger sammen, vokser, og klimaforandringerne begynder at give synlige negative konsekvenser med hensyn til nedbør, mindskede høstudbytter og flere og flere voldsomme vejrphenomener, bliver det stadigt sværere at komme udenom, at klimaforandringerne er en realitet. Der er derfor enighed om, at udledningerne må ned, men ikke om, hvordan de skal komme det eller om, hvem der skal tage ansvar for, at det sker.

Det politiske system har forsøgt at nå frem til bindende aftaler på området siden 1987, hvor FN satte bæredygtighedsbegrebet på den internationale dagsorden med rapporten *Vor fælles fremtid*. I 1992 mødtes verdens ledere i Rio for første gang for at få skabt en bæredygtig udvikling, og siden er fulgt en række internationale aftaler, som dog har ført til skuffende få konkrete resultater.

Opvarmningshastigheden er i perioden kun tiltaget, og i den seneste rap-

¹ Mickey Gjerris er formand for Det Etske Råds arbejdsgruppe om Etisk fødevarerforbrug, som havde taget initiativ til debatdagen, og Anne Lykkeskov er projektleder for gruppen i Rådets sekretariat

port fra The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) hedder det, at:

Global warming is more likely than not to exceed 4°C above pre-industrial levels by 2100. The risks associated with temperatures at or above 4°C include substantial species extinction, global and regional food insecurity, consequential constraints on common human activities, and limited potential for adaptation in some cases (high confidence). Some risks of climate change, such as risks to unique and threatened systems and risks associated with extreme weather events, are moderate to high at temperatures 1°C to 2°C above pre-industrial levels (IPCC 2014, p. 18).

Problemets størrelse kombineret med de utilstrækkelige politiske tiltag får mange borgere til at føle et behov for at handle selv, og i de seneste år er fænomenet ”Den etiske forbruger” vundet frem også på klimaområdet. Nogle forbrugere begynder at medtænke fødevarernes effekt på klimaet, når de køber ind, i håbet om, at en ændring i forbrugsmønstre kan vende udviklingen.

Fødevarerforbruget er et oplagt område for den etiske forbruger, som gerne vil tage et ansvar for at reducere den globale opvarmning, i og med, at det alene står for 19 % – 29 % af den globale menneskeskabte udledning af drivhusgasser (Vermeulen et al. 2012, p. 198). Det er kun en smule lavere end udledningerne fra industrien og på højde med hele transportsektorens udledninger (McMichael et al. 2007). Da forskellige fødevarer belaster klimaet meget forskelligt, kan forbrugernes valg af fødevarer få stor betydning. De fleste opgørelser sætter dyreholdets andel af den globale udledning af drivhusgasser til mellem 10 % og 25 % (UNEP/GEAS 2012, p. 4; FAO 2013, p. xii), og nogle sætter tallet betydeligt højere afhængigt af, hvor stor en del af effekterne ved fældning af skove (for at øge produktionen af foder til husdyrene), forskellige opgørelser medregner.² Men udledningen fra dyreholdet udgør næsten 80% af landbrugets samlede udledninger (McMichael et al. 2007). Der er derfor meget at hente, hvis kødforbruget, som ikke mindst i Danmark er meget højt, kan reduceres.

² Goodland og Anhang (2009) har beregnet andelen til mindst 51 % af den menneskeskabte udledning af drivhusgasser

Men er det den enkelte forbrugers ansvar at redde verden? Eller er det et politisk ansvar, som staten bør løfte? Og uanset om man mener, vi som borgere og forbrugere har et personligt ansvar for at reducere den globale opvarmning, bør man spørge, om det er sandsynligt, at forbrugerne kan vende udviklingen ved at tage individuelt ansvar. Eller om andre aktører bør tage et større ansvar, hvis udviklingen skal vendes.

Dette spørgsmål satte Det Etske Råds arbejdsgruppe vedrørende etisk fødevarerforbrug, sammen med Landbrug & Fødevarer og Forbrugerrådet Tænk, til debat ved et arrangement i november 2014. Nærværende antologi indeholder oplæggene fra de eksperter, som mødte op og gav deres bidrag til at svare på disse spørgsmål. De 11 bidrag giver altså, ud fra forfatternes forskellige ståsteder, deres bud på de muligheder og begrænsninger, som ligger i at give forbrugerne ansvar for at gøre danskerne fødevarerforbruge mere bæredygtigt.

Professor ved Institut for Agroøkologi ved Århus Universitet, Jørgen E. Olesen, sætter i sin artikel rammen for debatten; hvad er det for problemer, menneskers påvirkning af kloden forårsager? Situationen i dag er alvorlig på en hel række områder, som virker gensidigt forstærkende på hinanden. I øjeblikket er vi på kollisionskurs i forhold til, hvad kloden kan klare, på især tre områder, som alle er knyttet til fødevarerproduktionen: klimaforandringer, kvælstofcyklus og tab af biodiversitet. Han konkluderede, at det er vanskeligt at forestille sig, at verdens miljø- og klimaproblemer kan løses uden kostomlægninger i retning af en mindre kødrig kost.

Økonomiprofessor Kirsten Halsnæs fra DTU sætter i sin artikel, ud fra et markedsøkonomisk perspektiv, spørgsmålsteget ved effektiviteten af at overlade det til forbrugerne at øge efterspørgslen efter bæredygtige varer og dermed dreje markedet i den rigtige retning. Da omkostningerne ved at genoprette miljøet og udbedre skaderne efter klimaændringerne ikke er medregnet i prisen på de klimabelastende varer, er disse reelt for billige. Det lægger en ekstra begrænsning på de flestes vilje til at købe klimavenligt, at de skal betale en uforholdsvist høj pris for disse varer.

Også andre faktorer taler for, at det ikke er forventeligt, at forbrugerne i tilstrækkeligt stort omfang vil begynde at købe klimavenligt. De to filosoffer, Jesper Ryberg fra Roskilde Universitet og Mickey Gjerris fra Københavns Universitet, stiller i deres artikler ind på forskellige barrierer for, at en sådan strategi vil være effektiv.

Jesper Ryberg peger på en række barrierer, der står i vejen for, at folk engagerer sig i klimaproblemet på en sådan måde, at det påvirker deres adfærd: Forbrugeren skal have den fornødne viden om klimaproblemet realitet og alvor, problemet skal fremstå på en måde, der er reelt handlingsansporende, og det skal være klart, hvordan et ønske om at gøre noget lader sig realisere. Han konkluderede, at disse faktorer i dag ikke er til stede, hvorfor de fleste forbrugeres manglende bidrag ikke forekommer overraskende.

Mickey Gjerris peger desuden på, at viljen til at handle på vores idealer bliver større, når vi forstår, at det har betydning for vores eget liv, hvad der sker med de andre liv, som påvirkes af vores handlinger, når vi fx medvirker til klimaforandringerne. Hver enkelt har et ansvar, og der er intet galt med etisk forbrug. Men tror vi, at det er nok til at løse de store kriser, som vores forbrug har kastet os ud i, stikker vi os selv blå i øjnene. Målet må være i fællesskab at støtte hinanden i at skabe et samfund, der giver os rammerne for at udfolde så etiske tilværelser, som vi nu magter.

Professor i fødevarer sociologi Lotte Holm fra Københavns Universitet har ikke store forhåbninger til, at forbrugerne på individuelt basis vil ændre indkøbsvaner i klimavenlig retning. I hvert fald ikke indenfor den ret korte tidsramme, vi har til rådighed, hvis vi skal undgå de ovenfor nævnte konsekvenser af en global temperaturstigning på 4 grader. Selvom der i de sidste målinger af forbrugerpræferencer er begyndt at kunne spores en lille gruppe, som medtænker klimahensyn i deres indkøb, er det stadig en meget lille gruppe.

Endelig slår direktør Lars Pram fra Forbrugerrådet fast, at det er særdeles uigennemskueligt og kræver en specialviden, den gennemsnitlige forbruger hverken har eller har forudsætninger for at tilegne sig, hvis man skal finde frem til de mest klimavenlige varer blandt udvalget i supermarkedet. Vi er ved at have nået en grænse for, hvor mange mærker,

forbrugeren kan kapere, så fremme af klimavenlige fødevarer egner sig bedst til at blive løst via regulering og frivillige aftaler mellem producenter/detailhandel og myndigheder.

Men hvis hverken det politiske system eller forbrugerne kan løfte ansvaret med at gøre danskernes fødevareforbrug mere klimavenligt, er det så udbyderne; fødevareproducenter og discountleddet, vi skal sætte vores lid til?

Lektor Steen Vallentin fra CBS anfører i sin artikel, at vi lever i et polycentrisk samfund, hvor den politiske og økonomiske magt ikke er lokaliseret ét bestemt sted. Det betyder, at vi er overladt til partielle løsninger på klodens problemer med bæredygtighed; løsninger som alle, isoleret set, er mangelfulde og begrænsede. Også virksomhedernes engagement er begrænset, fordi det er underlagt markedsvilkår, men det kan ikke desto mindre gøre en forskel i forhold til at påvirke forbrugernes valg. I sidste ende har vi alle sammen et ansvar for at gøre noget, hvor beskedne vores respektive bidrag så end måtte være.

Formand for Landbrug og Fødevarer, Martin Merrild, er i sin artikel enig i, at klimaforandringerne er for alvorlige til, at vi kan overlade dem til markedskræfterne alene. Men han lægger vægt på, at politiske indgreb overfor landbruget bør være internationale, så danske landmænd ikke bliver stillet uforholdsmæssigt dårligt i den konkurrence, som foregår internationalt om markederne. Danmark bør i stedet sørge for, at principper for bæredygtighed og ressourceeffektivitet bliver fremført på internationalt niveau.

Endelig giver CSR-chef Helene Regnell fra Dansk Supermarked i sin artikel udtryk for, at supermarkeder som hendes først og sidst skal generere et overskud. De kan ikke tvinge kunder til at købe bestemte varer; højest forsøge at gøre det bæredygtige alternativ tilgængeligt og placere disse varer attraktivt. Men hvis de ikke fører de varer, kunderne vil have, går kunderne et andet sted hen. Det fører for Helene Regnell blot til, at Dansk Supermarked mister en kunde og melder sig ud af samtalen med kunden. Dermed kan de ikke længere gøre en forskel, end ikke selv om de gerne vil.

Det fører os tilbage til det politiske systems ansvar for at finde løsninger, der er fælles. Meget tyder på, at hvis tiltag mod global opvarmning skal være både effektive og tilstrækkeligt hurtigt virkende, må de være kollektive. Alle må tage et ansvar, men det er ikke realistisk, at alle vil gøre det frivilligt på kort sigt, og de enkeltpersoner, der faktisk handler, har ikke tiltrækkelig effekt.

Fødevareminister Dan Jørgensen er i sin artikel enig i, at selvom forbrugere har et medansvar for at begrænse klimaproblemerne, ligger hovedansvaret hos politikerne - og hos erhvervslivet. Også han peger på, at virkeligheden ofte er så kompliceret, at forbrugeren – trods oplysning – kan have svært ved at handle ind efter sine idealer. Derfor har det politiske system et stort ansvar. Den manglede enighed på de store klimakonferencer er frustrerende, men politikerne skal blive ved med at arbejde for fælles, bindende klimamål.

Endelig ser filosofen Morten Ebbe Juul Nielsen på spørgsmålet om, hvorvidt vores valg af fødevarer er så privat en sag, at det ligger udenfor det område, stater legitimt kan blande sig i. Det afviser han ud fra især to betragtninger; for det første at der er ret stor enighed om, at stater kan blande sig i spørgsmål, hvor helt basale samfundsmæssige interesser er på spil. For det andet er der meget stor enighed i det videnskabelige samfund om, at klimaforandringerne er en realitet, og at de er en trussel mod vigtige samfundsmæssige interesser. En form for statslig indblanding, fx i form af en afgift på oksekød eller kødprodukter, bør derfor ligge indenfor det, de fleste borgere vil acceptere.

Litteratur

Chrintz, T. 2010. *Forbrugerens klimapåvirkning*. København: CONCITO.

Goodland, R. og J. Anhang. 2009. Livestock and Climate Change. *World Watch*. Vol. 22, no. 6.

IPCC. 2014. *Climate Change, Synthesis Report. Summary for policy-makers*.

McMichael, A. J., J.W. Powels, C.D. Butler og R. Uauy. 2007. Food, livestock production, energy, climate change, and health. *Lancet*. Vol. 370, no. 9594: 1253–1263.

Vermeulen, S.J., B.M. Campbell og J.S.I. Igram. 2012. Climate Change and Food Systems. *Annual Review of Environment and Resources*. Vol. 37:195-222.

UNEP/GEAS. 2012. *Growing greenhouse gas emissions due to meat production*.

FAO. 2013. *Tackling climate change through livestock. A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. Rom: FAO.

Kan vi købe os til en bedre verden?

Lektor Mickey Gjerris, Københavns Universitet og formand for Det Etske Råds arbejdsgruppe

En viden, som vi ikke vil have

Vi ved det godt. Lidt på samme måde som vi ved, at vi skal dø. Det er ikke til at glemme, men man kan lukke øjnene i og lade som om, at man ikke ser det – det meste af tiden. Vi ved det godt. Vi lever i samfundsstrukturer og med personlige vaner, der overskrider naturens kapacitet for at forny sig selv, forbruger med forbløffende hast ressourcer, der ikke kommer igen, og udrydder og ødelægger arter og økosystemer for at få tilfredsstillet trivielle luksusbehov. Sådan er det bare. Med jævne mellemrum bekymres vi og tænker med gru på den fremtid, som venter børn og børnebørn, hvis forskerne har ret, og temperaturstigningerne løber løbsk. Det er bare ikke til at holde ud at leve i frygt og angst, så vi skubber det væk og tænder for X-Factor eller hvilke former for virkelighedsflugt, vi nu ynder at fortabe os i.

Det politiske system har forsøgt at nå frem til bindende aftaler på området siden 1987, hvor FN med den tidligere norske statsminister Gro Harlem Brundtland i spidsen satte bæredygtighedsbegrebet på den internationale dagsorden med rapporten *Vor fælles fremtid*. I 1992 mødtes verdens ledere i Rio for første gang for at få skabt en bæredygtig udvikling. Her mere end 20 år og en lang række lignede topmøder senere, er man stadig ikke nået længere end til at være enige om, at der er et stort problem. De fleste husker nok de mildest talt skuffende resultater fra det meget omtalte topmøde i København i 2009. Topmøderne både før og ef-



SE VIDEO med Mickey Gjerris: 'Kan vi købe os til en bedre verden?'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-mg

ter har dog ikke leveret mere, og det eneste, som vi i dag er efterladt med, er en let klimakvalme over al den snak uden handling.

Kødets pris

Men problemerne består ikke desto mindre. Holder vi os blot til produktionen og forbruget af animalske produkter, står vi med en række meget store problemer: Det høje kødforbrug i den vestlige verden er en af de primære årsager til de klimaforandringer, som allerede nu rammer millioner af mennesker, truer masser af andre arter med udryddelse, og som i fremtiden kommer til *at udgøre en betydelig trussel for det moderne samfunds trivsel og fortsatte udvikling* (Rockström et al. 2009, p. 6). Der gives meget forskellige bud på, hvor stor en del af vores samlede drivhusgasudledninger, der stammer fra den animalske produktion. I den lave ende finder man FNs fødevareorganisation, FAO, der i en rapport fra 2006 anslår omkring 18 % (Steinfeld et. al. 2006), imens en rapport fra den uafhængige miljøtænketaank, WorldWatch Institute, når frem til 51 % (Goodland og Anhang 2009). Den store forskel i mængder skyldes forskellige opgørelsesmetoder, fx om man medregner den udledning, der er et resultat af skovrydning for at skaffe landbrugsarealer til foderdyrkning (UNEP 2012), men ifølge den amerikanske journalist, Mark Bittman, kan diverse interesseorganisationer også have en indflydelse på, hvor stort man vurderer problemet til at være (Bittman 2012).

Samtidig indebærer den intensive animalske produktion en lang række velfærdsproblemer for de dyr, som må lægge krop og liv til en produktion, der udelukkende fokuserer på at producere så meget som muligt for så lidt som muligt. Det er levende, sansende, følende, lidende væsener, udsat for markedets ubønhørlige logik. Kastration uden bedøvelse og halekupering, spandevise af døde pattegrise og søer med liggesår er hverdag i den danske svineproduktion. Kyllinger med trædepuder ætset af egen afføring og malkekvæg med smertefulde betændelsestilstande i klovene og yverbetændelse. Dertil kommer, at stort set ingen af dyrene har nogen rimelig mulighed for at udfolde deres iboende adfærd omkring så basale adfærdsformer som parring, yngelpleje, fouragering mm., men er reduceret til en form for madpakker på ben, der blot skal æde så meget som muligt for at levere varen i form af æg, mælk og kød (Klingenberg og Gjerris 2012).

Endelig er det et vilkår for langt de fleste dyr, at de aldrig ser dagens lys eller mærke vinden mod deres hud, pels eller fjer. Hele deres tilværelse udspiller sig inden for de snævre rammer, som produktionssystemet tillader, og noget så basalt som at opleve den evolutionære kontekst, som dyret er udviklet i og passer ind i, er for længst blevet en idylliseret illusion hos os forbrugere. Vi vil så gerne tro, at Jens Hansens bondegård stadig findes, og at vi spiser glade dyr. Men sandheden er langt fra denne reklameunderstøttede selvindbildning (Gjerris 2014).

Videre er produktionen af animalske produkter stærkt ressourcekrævende. 2/3 af al landbrugsjord anvendes til husdyrproduktion, og enorme mængder af vand og gødning anvendes til at dyrke de planteproteiner, som dyrene fodres med og mere eller mindre ineffektivt omsætter til de så eftertragtede animalske proteiner. Produktionen medfører ødelæggelse af regnskovene for at skaffe plads til soyamarker, forurening af vand, jord og luft og et stort pres på den måske mest værdifulde ressource: Landbrugsjord (Norris et al. 2010). En jord der er efterspørgsel på i konkurrencen mellem biofuels, dyrefoder og mad til mennesker. Det er med til at drive fødevarerpriserne i vejret. For os, der kun bruger ca. 10 % af vores disponible indkomst på mad, er det intet problem, men for de millioner af fattige mennesker for hvem det daglige brød er en evig kamp, betyder det meget (Rosegrant 2008).

Den etiske forbruger

I de stunder, hvor vi ikke lukker øjnene for virkeligheden, er det svært ikke at overveje, hvor løsningen skal komme fra, når det politiske system – det demokratiske fællesskab – ikke kan levere varen. En af de løsninger, som hyppigt bringes på banen, er *forbrugeren*. Hvis vi ikke kan tale os frem til fælles aftaler, der sikrer en mere bæredygtig udvikling, så kan de enkelte forbrugere måske løse problemerne ved at købe de rigtige varer og dermed udnytte markedskræfterne til at ændre verden. *Den etiske forbruger* er i dag det mantra, som politikere og erhvervsliv skubber foran sig, når problemerne bliver så synlige, at de ikke bare kan ignoreres (Gjerris et al. 2015). Som eksempel skal blot nævnes den tidligere direktør for Landbrug og Fødevarer, Søren Gade, der helt ville overlade den grønne omstilling til markedet (Thomsen 2013). ”Tag jer sammen” kan man næsten høre dem sige. ”Hvis det er så vigtigt, så løs problemet selv”.

Og sådan er det fælles ansvar eroderet til at være den enkeltes problem, når vi står med dankortet i hånden og skal balancere kontobalancen og de mange ønsker og behov, som vi har.

Vi lever i en markedsøkonomi. I teorien er det efterspørgslen, der bestemmer udbuddet på butikernes hylder. Markedet er dog underlagt nogle begrænsninger med hensyn til produkter, produktionsmetoder og arbejdsvilkår. Man kan ikke sælge hash i kiosken, selvom der er et marked for det. Der er grænser for, hvad man kan byde produktionsdyrene i landbruget, selvom det kunne føre til billigere koteletter, og der er også regler, som siger, at kassedamerne skal have fri en gang imellem.

Vi begrænser markedet på områder, hvor vi mener, at der er noget på spil, som er vigtigere, end at vi kan få så meget som muligt så billigt som muligt. Det kan være væsentlige samfundsinteresser i forhold til fx hvilke sprøjtemidler, som landmanden kan anvende. Eller for at beskytte folkesundheden i form af mærkning af cigaretter. Eller af hensyn til særligt udsatte grupper som fx i tilfældet med aldersgrænser for køb af alkohol. Vi trækker som fællesskab altså grænser for markedskræfterne.

Der hvor vi ikke i fællesskab trækker grænser, men ikke desto mindre kan se de store problemer, som vores adfærd skaber, skal den etiske forbruger træde i karakter. Den etiske forbruger, der også kendes som den politiske eller kritiske forbruger (Gjerris et al. 2015), skal handle ud fra sine værdier og købe ”det rigtige” i stedet for at købe ”det billige”, om end begge dele ligger i køledisken og er ganske lovlige.

Der er, for mig at se, mange grunde til at forholde sig skeptisk til det store fokus på den individuelle forbrugers ansvar. Jeg vil i det følgende prøve at vise hvorfor ved at pege på syv punkter, hvor ideen om den etiske forbruger viser sine svagheder. Centralt i kritikken står, at ideen om den etiske forbruger i sidste ende kan ses som blot endnu en måde at lukke øjnene på.

Syv svagheder ved ideen om den etiske forbruger

Der i sig selv intet galt med at hævde, at mennesker har et ansvar for deres handlinger – og at det er bedst, at de udfører dem ud fra ædle motiver. Det er bedre, at jeg af egen fri vilje lader være med at slå folk, end at jeg

kun undlader at gøre det, fordi jeg frygter at blive straffet, eller fordi jeg er spærret inde. Problemet med den etiske forbruger er således ikke fundamentalt i den forstand, at det er forkert at hævde, at mennesker gennem deres forbrug har en pligt til at udvise hensyn overfor de, som forbruget påvirker – det være sig mennesker, dyr eller natur. Problemet opstår, når man, selv i lyset af de meget alvorlige kriser som mennesket står overfor i forhold til klima, ressourcer, fødevarer og natur (Det Etiske Råd 2012), vælger at fastholde, at løsningen ligger i, at forbrugerne træffer de rigtige valg i forbrugssituationen – når der nu er meget, der tyder på, at det kommer de (eller rettere: vi) ikke til. Jeg vil som nævnt pege på syv svagheder ved ideen om den etiske forbruger som løsningen på de problemer, som vores kødelskende hyperforbrugssamfund har skaffet os på halsen.

1: Tanken om den etiske forbruger fjerner fokus fra vores rolle som samfundsborgere med et fælles ansvar for at finde løsninger på de fælles problemer, som vi står overfor. Ansvar individualiseres og kommercialiseres (Lockie 2009). Vi står som løsrevne individer med det fulde ansvar for egne værdier og egne handlinger i en gold dialog med os selv foran køledisken. Hvor vi som borgere kan tage hinanden til indtægt for vores valg, skal se hinanden i øjnene, når vi træffer dem og har et fælles ansvar for at skabe et samfund, som vi kan være bekendt, så skal vi som forbrugere kun diskutere med os selv, hvordan vores udtømmelige behov og vores samvittighed skal balanceres.

2: Etisk forbrug er stadig forbrug. Den etiske forbruger ligger i klar forlængelse af tankerne om grøn og bæredygtig vækst. Behovsudvidelsen og den materielle velstand kan fortsætte – bare vi sørger for at købe det rigtige. Som den slovenske filosof, Slavoj Žižek, har udtrykt det, så er forestillingen om det etiske forbrug vores mulighed for at fortsætte som hidtil – blot med god samvittighed – for et par kroner ekstra. Læser man på diverse firmaers fortællinger om deres egne produkter, forledes man næsten til at tro, at man redder verden ved blot at drikke kaffe nok på Starbucks, imens man online shopper 4-5 bærbare gadgets. Forbrugsfechitismen fortsætter med andre ord uhindret, og tanken om den etiske forbruger stiller sig i vejen for et mere grundlæggende opgør med forbrugersamfundet (Shaw og Black 2010).

3: Det er ikke nemt for den enkelte forbruger at navigere på en markeds-

plads fyldt med løfter om grønne, sunde, velfærdsfyldte, bæredygtige, socialt ansvarlige, økologiske og klimavenlige produkter og livsstile. For det første fordi de forskellige dagsordenener undertiden støder sammen (Garnett 2014), og det kan være mere svært at afgøre, hvad der egentlig er det mest bæredygtige (Gjerris et al. 2015). For det andet fordi forbrugerne ofte er afhængige af information fra de firmaer, som sælger produkterne, og som gang på gang har demonstreret, at der er en vis afstand mellem sandhed og reklamer. Her behøver man blot at betænke, at alt imens Arla har reklameret for millioner af kroner med, at man er ”tættere på naturen”, så kommer færre og færre malkekøer på græs (Borkfelt et al. 2013).

4: Tanken om den etiske forbruger peger hen mod en form for kommercialiseret demokrati, hvor det ikke længere er sådan, at hver borger har en stemme. Når det er den etiske forbruger, der bestemmer, så er det dem med størst økonomisk råderum, der bestemmer. Jo større forbrug, jo større mulighed for at påvirke markedet (Shaw og Black 2010). Videre så kan markedet ikke tage højde for, at der er mennesker, der ikke har råd til at udfolde deres værdier gennem deres forbrug, men må købe det, som er muligt.

5: Tanken om den etiske forbruger bygger på en forestilling om, at markedet fungerer således, at det, som forbrugerne efterspørger, er det som producenterne sender på gaden. Men i en globaliseret kultur præget af meta-nationale selskaber er dette ikke altid tilfældet. Især på fødevarerområdet er magten samlet hos relativt få selskaber både i producent- og detailledet. Derfor står den etiske forbruger ofte i en situation, hvor det er udbuddet der bestemmer valget, snarere end valget der bestemmer udbuddet (Aerts 2013). Et eksempel er den danske svineproduktion, hvor 90 % går til eksport. I sådan en situation siger det sig selv, at de danske forbrugere ikke kan omlægge produktionen gennem deres valg ved køledisken.

6: Den enkelte forbrugers bidrag til at løse fx klimakrisen gennem at skære ned på forbrug af animalske produkter vil, uanset hvor drastisk man går til værks, være beskedent og umåleligt i det store billede. I det omfang, den etiske forbruger oplever valgsituationen som en situation, hvor hun skal vælge mellem noget, som hun har lyst til og noget, som hun oplever, at hun har pligt til, så fører det let til, at pligten fortøner sig i

abstrakte tåger, og det valg, som fører til håndgribelige glæder, bliver det naturlige (Harrison et al. 2005). Der er ingen tvivl om, at vores forbrugsmønstre påvirker klimaet negativt. Men der er heller ingen tvivl om, at det er umuligt at se direkte. Det er en usynlig viden, som ganske enkelt kræver noget mere for at blive omsat i handling end de situationer, hvor effekten af mine handlinger er direkte observerbare og på indlysende vis placerer ansvaret hos mig. Skulle vi selv kastrere, halekuperer og slagte en gris, hver gang vi fik lyst til bacon, ville forbruget sandsynligvis gå lidt ned. Anonymiteten i forholdet mellem vores forbrug og dets konsekvenser er ganske enkelt demotiverende i forhold til at mobilisere det etiske i den etiske forbruger.

7: Den etiske forbruger eksisterer i et samfund, hvor vi lever i en forestilling om det gode liv som det liv, hvor der ingen materielle begrænsninger er. "Tænk, hvis du vandt i Lotto" er en livsstil, drømmen er et dankort, der aldrig bliver overtrukket, og en endeløs strøm af øjeblikkeligt opfyldte behov. Vi er hedonister på den korte bane, der jagter det næste "spis til du revner" og "tag 3 for 2" tilbud i en evig tumlen rundt efter den forbrugslykke, som vi 24/7 får stukket op i hovedet af reklameindustrien. En industri, der sælger alle produkter på samme måde, hvad enten det er toiletpapir, biler, leverpostej eller samtalekøkkener: "Køb mig, så bliver du lykkelig" (Glendinning 1994; Barber 2007). I den situation bliver det etiske valg af den dyrere vare (eller – og man gyser næsten ved tanken – fravalget af forbrug) et offer, der skal bringes i kampen mellem lysten og pligten. Så længe det "rigtige" valg i så høj grad som i dag forbindes med et fravalg af det gode liv, vil det kun blive truffet af de, der har styrken til at bryde fri af forbrugsfechitismen og etablere en anden vision om det gode liv end den, som kulturen bærer frem, eller de, som er i stand til at "ofre" deres eget liv af hensyn til miljø, de fremtidige generationer mm. Og det er nok, uden at ville være overdrevent pessimistisk, de færreste af os.

Den etiske forbruger som undskyldning?

Det ovenstående kan synes som en sønderlemmende kritik af hele ideen om etisk forbrug. Og som enkeltstående løsning er der heller ikke meget pænt at sige, set herfra. Men man kan jo godt forestille sig, at den etiske forbruger kunne forene sine kræfter med andre i græsrodsbevægelser og politiske organisationer og også derigennem søge at løfte ansvaret. Eller

at man blot overlod nogle af de mere indlysende valg til den etiske forbruger, og så gennem politiske beslutninger søgte at løse større og mere komplekse spørgsmål om fx fødevaresektorens bæredygtighed.

Går vi tilbage til den indledende beskrivelse af de mange negative konsekvenser, som den animalske produktion har for dyr, natur og klima, så kunne man jo forestille sig, at i en situation, hvor de færreste kan påstå, at de ikke er bekendt med de grundlæggende problemstillinger, og hvor det er ganske tydeligt, at ingen politikere har tænkt sig at gøre noget; at der kunne denne etiske forbruger vise sin magt og handle. Hun kunne vælge at sænke sit forbrug af animalske produkter. Købe mindre kød og spise mere grønt. Give sit lille bidrag til en bedre verden. Det interessante er bare, at det ikke sker. Vi fortsætter ufortrødent med at komme det billigste kød i indkøbskurven. Den etiske forbruger synes ikke rigtigt at træde i karakter.

Men det er nu heller ikke nemt at stå der i supermarkedet foran køledisken, hvor mange ting er med til at bestemme, hvad der ender i kurven. Økonomi spiller selvfølgelig en rolle for de fleste. Vaner, reklamer, bekvemmelighed, familiens ønsker, andre behov der skal balanceres, usikkerhed om hvorvidt mit lille bidrag overhovedet gør en forskel, og usikkerhed om hvad der egentlig er det mest bæredygtige at gøre, er alle faktorer, der også spiller en rolle, når vi står som individuelle forbrugere og skal virkeliggøre vores etiske idealer gennem vores forbrug.

Påstanden her skal være, at når den etiske forbruger end ikke formår at træde i karakter på et område, hvor det er så tydeligt, at der er behov for ændrede forbrugsmønstre, så er der for alvor grund til at være skeptisk overfor hele tankegangen bag. Det betyder ikke, at vi ikke hver især bør påtage os ansvaret for vores handlinger – men det betyder, at vi skal til at overveje, i hvilke situationer vi træffer vores valg. I hvilke situationer er vi bedst til at bringe vores værdier og vores virkelighed sammen?

Tanken om den politiske forbruger fungerer i dag, for mig at se, primært som en måde at fastholde status quo på. Politikerne kan henvise til den enkeltes ansvarlighed og frihed til at vælge. Erhvervslivet gør det samme og påstår, at de blot leverer, hvad forbrugerne vil have, og forbrugerne kan undskylde sig med, at det hele er så komplekst og svært. Resultatet

er, at vi fortsætter som før – blot nu med mulighed for at købe os til lidt bedre samvittighed, når vi virkelig har brug for det. Men de gigantiske udfordringer, som vi har skabt gennem vores overforbrug, står stort set uløste hen.

En tilbagevendende kritik af ideen om den politiske forbruger er da også, at løsningen på de problemer, som er skabt gennem en kultur, der er bygget på fortsat vækst og forbrug, ikke kan løses ved at forbruge noget andet, som det blev nævnt under punkt 2 ovenfor. Det er symptombehandling i stedet for at tage fat i problemets rod: At vi har fået malet os selv op i et hjørne gennem dels et evigt fokus på uendelig behovsopfyldelse uden hensyntagen til behovets art, og dels kommerialiseringen af vores fælles livsverden, så vi lever i evig påmindelse fra reklamer om, at vi har uopfyldte behov. Den etiske forbruger er således mest af alt blevet en undskyldning for ikke at handle – samtidig med vi kan fortælle os selv, at vi da gør, hvad vi kan.

Alternativet er at hæve os op fra forbrugernes fokus på behov og økonomi og som borgere diskutere, hvilket samfund vi ønsker at skabe for os selv og vores efterkommere. Og så turde tro på, at det liv, der venter for enden af en bæredygtig omstilling af hverdagen, ikke er et utåleligt offer af alt, hvad vi elsker, men en hverdag der giver mening og lyst til at ånde. Jeg vil derfor slutte denne artikel med at sætte ord på denne mulighed

Hvad er et menneske?

At opridse et alternativ til den etiske forbruger og et samfund, der indrettes på markedets vilkår, kræver i første omgang, at vi træder et skridt tilbage og stiller et af de mest grundlæggende spørgsmål, som findes: Hvad er et menneske? Det spørgsmål har filosoffer, teologer og digtere kæmpet med i tusinder af år. Mennesket har været vilje og magt, et selvforhold, der spejler sig selv og gudernes udvalgte. Men i det 21. århundrede er det hele blevet enklere. Så enkelt, at det næsten gør ondt. Følger man den amerikanske forfatter Benjamin Barbers tanker, så er mennesket i dag en forbruger. Vi er ikke dem, der er defineret af vores skaber eller de fællesskaber, som vi går og står i. Ikke længere dem, der lever på idealer og drømme – men dem, der er på jagt efter nye behov, som vi med vores penge kan købe os opfyldelse af.

Vi er dem, der bygger verden gennem vores valg af forbrugsgoder. Og aldrig har vi forbrugt så meget. Mens over 800 mio. mennesker lever i sult, er vi andre optaget af, hvordan vi kan få gang i hjulene gennem øget forbrug. Samfundet er reduceret til det sted, hvor erhvervsliv og forbrugere møder hinanden. Politik er blevet til en vare på hylden i supermarkedet ved siden af hønsealat og toiletpapir. Vi køber og køber for at vise de andre, hvem vi egentlig er, og knokler og knokler for at få råd til det (Barber 2007).

Det største problem ved at betragte samfundet og borgerne gennem et markedsperspektiv er for mig at se, at det ikke er en dækkende beskrivelse af mennesker. Selvom vi prøve at reducerer hinanden til forbrugere, så bliver vi som mennesker ved at stikke hovedet frem. Alle de værdier og visioner og alt det ansvar, som hører sig til at være borger i et samfund, kan ikke fjernes fuldstændigt. Vi er mennesker, før vi bliver borgere, og borgere før vi bliver forbrugere – også selvom markedets logik er omvendt. Det kan føre til akavede situationer, hvor der opstår en konflikt mellem det, vi synes som borgere, og det vi gør som forbrugere – det såkaldte citizen-consumer gap (Johnston 2008).

Et af de steder, hvor denne konflikt er mest synlig, er i forholdet mellem primærproducenter af animalske fødevarer og resten af samfundet – til stor frustration for begge parter. Den korte version af historien er, at borgerne vil have høj dyrevelfærd – og forbrugerne billige varer. På et globalt marked betyder det, at leverer de danske producenter den efterspurgte velfærd, bliver de udkonkurreret af udenlandske producenter, der arbejder under lavere dyrevelfærdskrav – og derfor kan sælge til lavere priser. Forbrugerne vil nemlig ikke betale det, som det koster at give dyrene høj velfærd (Christensen 2011). ”Hyklere”, råber producenterne, imens forbrugerne gang på gang spiller chokerede og kræver drastiske forbedringer, når produktionsmetoder fjernt fra Jens Hansens bondegård bliver vist på TV.

Og sådan har vi fået placeret hinanden i hver vores skammekrog. En skakmat hvor producenterne bliver set som grådige og ligeglade med dyrene, og forbrugerne som uvidende hyklere. En større fallit for ideen om den etiske forbruger som løsningen på noget som helst skal man lede længe efter. Der synes grundlæggende at være to måder at bryde dette

dødvande på. Enten skal forbrugerne bringes til at forbruge ud fra deres værdier, eller også skal spørgsmål om dyrevelfærd løftes ud af den individuelle forbrugersfære og bringes op på et fælles politisk niveau og gøres til et samfundsanliggende for borgerne. Alternativt kan man selvfølgelig fastholde den nuværende situation ud fra den betragtning, at begge parter oplever sig selv som uskyldige i problemet og derfor ufortrødent kan fortsætte med at producere og konsumere som i dag. Det er netop, hvad konstruktionen med den etiske forbruger som den bestemmende magt, i øjeblikket synes at sikre. Skal problemstillingerne derimod løftes fra den individuelle forbrugssfære til den kollektive borgersfære, så kan der være grund til at kaste et blik på en af de klassiske traditioner indenfor etikken: Dydsetikken.

En dydsetisk tilgang til problemet

Dydsetikken er en klassisk etisk tradition, der i sin vestlige udgave kan spore sine rødder tilbage til den græske filosofi, særligt Aristoteles (384-322 f.kr.). Fokus for dydsetikken er, hvilken slags person den enkelte bør stræbe efter at være. Dyderne ses som en rettesnor for, hvilke handlingsmønstre, der kendetegner det gode menneske. At være et godt menneske betyder ikke primært, at man gør det rigtige, men at ens liv fungerer i de fællesskaber, som man er indlejret i og fører til, at livet 'lykkes' i den forstand, at mennesket får udfoldet sine potentialer både professionelt, eksistentielt og socialt (Gjerris et al. 2013).

Holder vi os til eksemplet med den animalske produktions negative konsekvenser for natur, klima og dyrevelfærd, og tager vi som udgangspunkt, at Danmark ikke foreløbig ophæver eller har held til grundlæggende at ændre på internationale handelsaftaler, er national regulering problematisk, da meget tyder på, at vi som forbrugere ikke vil støtte op om sådan regulering med vores forbrugsvalg, men i stedet støtter de producenter, hvor fokus er mere på pris end på klima, natur og velfærd. En række af grundene til det er beskrevet ovenfor.

Løsningen er, set herfra, at få løftet spørgsmålene op på et politisk niveau, hvor det ikke er den enkelte forbruger, der skal købe sig til en bedre verden alt afhængigt af dagsformen. Vi lader jo heller ikke budgetterne til landets sundhedsvæsen afhænge af, hvor meget den enkelte har lyst til at betale. Men på samme tid er det centralt, at den politiske vilje

bliver fulgt op af handlinger, der ikke underminere de producenter, der under nye rammer for produktionen, som vi som borgere kan stå inde for, har fået større omkostninger. Skal regulering give mening, må den følges op af et aktivt valg ved køledisken om at vælge lokale bæredygtige produkter. Så vi slipper ikke for at handle som forbrugere. Det skal blot understøttes af vores handlinger som borgere. Vi skal med andre ord som samfund tage hinanden i hånden og understøtte det rigtige valg ved køledisken gennem vores fælles beslutninger. Dermed signalerer vi både som socialt fællesskab og som individuelle forbrugere, at vi sætter bæredygtighed over egne ikke-essentielle behov. På lang sigt må målet være at arbejde for, at samme krav til bæredygtighed, som vi lader gælde danske producenter, bliver gjort til international standart. Vi skal som land gå langt mere foran, end vi gør i dag (Harfeld og Gjerris 2014).

Som samfund bliver vi, for mig at se, nødt til at tage som udgangspunkt for diskussionen, at den måde, som vi behandler naturen og dyrene på, er med til at bestemme, hvilken slags mennesker vi er og bliver. Vi kan ikke leve blomstrende på baggrund af deres ødelæggelse. Tillad mig derfor at foreslå en leveregel; en dyd. En dyd, som jeg vil mene, at alle mennesker burde stræbe efter at udtrykke i deres livsførelse. Hvis man er uenig i reglen, skal man selvfølgelig ikke gøre sådan. Jeg vil dog mene, at man skal kunne argumentere mod reglen. Det er ikke nok bare at være uenig, fordi reglen står i vejen for andre ting. Levereglen lyder i al sin enkelthed:

Man må ikke skade det levende, med mindre der er noget vigtigt på spil.

Det er givet, at der vil herske stor uenighed om tolkningen af, hvornår noget er vigtigt. Reglen sikrer på ingen måde enighed, eller fritager os for ansvaret over at skulle tænke over, hvad vi skal gøre. Men den sikrer, at vi skal stå til regnskab for vores handlinger. At vi tænker og diskuterer igen om den skade, som vi forårsager, er velbegrundet. Det er en opgave, som vi ikke kan løse alene ved køledisken, men i fællesskab som borgere gennem en politisk dialog må søge at finde fælles svar og kompromisser på.

Til at begynde med kan det måske virke sært sådan at skulle begrunde hver gang man ønsker at gribe ind i noget levende og skade det. Men det

er med dyder som med så meget andet, fx at cykle. Øver man sig på dem, falder det én mere og mere naturligt at udøve dem. Og ligesom vi i dag ganske naturligt begrænser vores selvudfoldelse af hensyn til de andre, fordi det er med til at fremme både deres og vores eget liv, så kan vi med tiden lære at begrænse os i forhold til naturen og dyrene – og opdage, at vi rent faktisk ikke mister noget ved det, ikke bringer et offer. Men at vi i stedet vinder et godt liv i respektfuld disharmoni med den natur, der bærer vores liv og de dyr, der deler vores grundlæggende eksistensvilkår.

Konklusion

Hvordan kommer vi videre herfra? Hvordan kan vi få omsat levereglen, der set her fra er rimeligt ukontroversiel, til handlinger i vores liv – til virkelighed. Mit bud skal være, at vi for det første skal huske, at der er en glæde i at leve inden for synsvidde af vores idealer. I længden er det hårdt at leve med en stor afstand mellem det, vi siger, og det, som vi gør. For det andet tror jeg, det er vigtigt, at vi spørger os selv, hvilken slags mennesker vi bliver, når vi i bestræbelserne på at få tilfredsstillet et overforbrug af animalske produkter er villige til at lade dyr leve og dø under vilkår, der fører til skuldarsår, trædepudesvidninger og klovbetændelse. Er villige til at skabe klimaforandringer, der, ifølge selv en så konservativ institution som Verdensbanken (Potsdam Institute for Climate Impact Research and Climate Analytics 2012), truer med katastrofale konsekvenser, og som på talrige måder skader den natur, som bærer vores og alle andre levende væseners tilværelse

Måske skal vi prøve at spørge os selv, hvem det gør os til, at vi i vores grådigheds navn er ansvarlige for al dette? Er det at kunne tilsidesætte andre væseners vitale interesser for en ekstra kotelet virkelig en egenskab, som vi bør rose os selv af? Er det ”det gode liv”? Eller ville det være bedre at leve liv, hvor anstændighed og medfølelse får lov til at spille en vigtig rolle i vores forhold til verden

Den dydsetiske ambitioner, at en forankring af hensynet til natur og dyr i en forståelse af, at det, der sker med dem, også sker med os, kan være med til at styrke de valg, som vi som borgere, og dermed også som forbrugere, træffer. Viljen til at handle på vores idealer bliver ganske enkelt større, når vi forstår, at det har betydning for vores eget liv, hvad der sker

med andet liv. At vi tilhører et mere-end-menneskeligt livsfællesskab, hvis skæbne er bundet til vores (Abram 1996).

Der er intet galt med etisk forbrug. Men tror vi, at det er nok til at løse de store kriser, som vores forbrug har kastet os ud i, stikker vi os selv blår i øjnene. Målet må være i fællesskab at støtte hinanden i at skabe et samfund, der giver os rammerne for at udfolde så etiske tilværelser, som vi nu magter – og det gør vi bedre over spisebordet i dialog med hinanden om politik og værdier end alene ved køledisken i monolog med vores dårlige samvittighed.

Artiklen bygger delvist på to tidligere publicerede tekster. A: Gjerris M., 2014. Den politiske forbruger kan ikke løfte opgaven. Nyt Fokus, NOAH, nr. 2: 27-30 og B: Gjerris M., 2014. Den forbrugende borger. Danske Kvægfagdyrlægers Årsmøde 2014. Proceedings.

Litteratur

Abram, D. 1996. *The Spell of the Sensuous*. Vintage Books

Aerts, S. 2013. The consumer does not exist. Overcoming the citizen/consumer paradox by shifting focus. In *The ethics of consumption. The citizen, the market and the law*, eds. Röcklinsberg, H. og P. Sandin) Wageningen Academic Publishers

Barber, B.R. 2007. *Consumed. How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults and Swallow Citizens Whole*. New York: W.W. Norton og Company

Bittman, M. 2012. FAO yields to meat industry pressure on climate change. *The New York Times* <http://bittman.blogs.nytimes.com/2012/07/11/fao-yields-to-meat-industry-pressure-on-climate-change>. Lokaliseret 18. december 2014.

Borkfelt, S., S. Kondrup og M. Gjerris. 2013. Closer to nature: The ethics of 'green' representation in animal product management. In *The ethics of*

consumption. The citizen, the market and the law, eds. Röcklinsberg, H. og P. Sandin. AE Wageningen: Wageningen Academic Publishers

Christensen, T., L. Esbjerg og P. Sandøe. 2011. Kan markedet give plads til flere glade grise? I *Dyrevelværd i Danmark 2011*. Glostrup: Fødevarestyrelsen

Det Ethiske Råd. 2012. *Bioenergi, fødevarer og etik i en globaliseret verden*. København: Det Ethiske Råd

Garnett, T. 2014. *What is a sustainable healthy diet? A discussion paper*. Oxford: Food Climate Research Network

Gjerris, M., M.E.J. Nielsen og P. Sandøe. 2013. *The good, the right and the fair. An introduction to ethics*. London: College Publications. Kapitel 8.

Gjerris, M. 2014. The willed blindness of humans: animal welfare and beyond. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* (Online first)

Gjerris, M., G. Christian og H. Saxe. 2015. What to buy? On the complexity of being a critical consumer. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* (Accepted).

Glendinning, C. 1994. *My name is Chellis and I'm in recovery from Western civilization*. New Catalyst Books.

Goodland, R. og J. Anhang. 2009. *Livestock and Climate Change. What if the key actors in climate change are... cows, pigs, and chickens*. World Watch Institute. <http://www.worldwatch.org/files/pdf/Livestock%20and%20Climate%20Change.pdf>. Lokaliseret 15. december 2014.

Harfeld, J. og M. Gjerris. 2014. Bæredygtigheden og dyrevelfærden tages som gidsel. *Kristeligt Dagblad* 28.11.14

Harrison, R., T. Newholm og D. Shaw. 2005. *The ethical consumer*. London: Sage Publications Ltd.

Johnston, J. 2008. The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Food Markets. *Theory and Society*. Vol 37: 229-270.

Klingenberg, R. og M. Gjerris. 2012. Den dyre velfærd. Om forholdet mellem dyret og produktionens logik. I *KØD - En antologi*, eds. Gjerris, M., R. Klingenberg, G. Meyer og G. Tveit. Tiderne Skifter

Lockie, S. 2009. Responsibility and agency within alternative food networks: assembling the 'citizen consumer'. *Agriculture and Human Values*. Vol. 26, no. 3: 193-201

Norris, K., S.G. Potts og S.R. Mortimer. 2010. Ecosystem services and food production. *Issues in environmental science and technology*. Vol. 30: 52-69

Potsdam Institute for Climate Impact Research and Climate Analytics. 2012. *Turn down the heat. Why a 4°C warmer world must be avoided*. International Bank for Reconstruction and Development / World Bank. http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSCContentServer/WDSP/IB/2012/12/20/000356161_20121220072749/Rendered/PDF/NonAsciiFileName0.pdf. Lokaliseret 15. december 2014.

Rockström, J., W. Steffen, K. Noone, Å. Persson, F.S. Chapin III, E. Lambin, T.M. Lenton, M. Scheffer, C. Folke, H. Schellnhuber, B. Nykvist, C.A. De Wit, T. Hughes, S. van der Leeuw, H. Rodhe, S. Sörlin, P.K. Snyder, R. Costanza, U. Svedin, M. Falkenmark, L. Karlberg, R.W. Corell, V.J. Fabry, J. Hansen, B. Walker, D. Liverman, K. Richardson, P. Crutzen og J. Foley. 2009. Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and Society*. Vol. 14, No. 2: 32.

Rosegrant, M.W. 2008. *Biofuels and grain prices: Impacts and policy responses*. Testimony for the U.S. Senate Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, May 7, 2008. International Food Policy Research Institute. http://www.grid.unep.ch/FP2011/step1/pdf/004_Rosegrant_2008.pdf. Lokaliseret 15. december 2014.

Shaw, D. og I. Black. 2010. Market Based Political Action: a Path to Sustainable Development? *Sustainable Development*. Vol. 18: 385-97

Steinfeld, H., P. Gerber, T. Wassenaar, V. Castel, M. Rosales og C. de Haan. 2006. *Livestock 's long shadow – Environmental issues and options*. Food and Agricultural Organisation of the United Nations. <http://www.fao.org/docrep/010/a0701e/a0701e00.HTM>. Lokaliseret 15. december 2014.

Thomsen, P.B. 2013. Gade: Markedskræfterne skal styre den grønne omstilling. *Altinget*. 4. April 2013. <http://www.altinget.dk/artikel/gade-markedskraefterne-skal-styre-den-groenne-omstilling>. Lokaliseret 15. december 2014.

United Nations Environmental Programme (UNEP). 2012. *Growing greenhouse gas emissions due to meat production*. United Nations Environmental Programme. http://www.unep.org/pdf/unep-geas_oct_2012.pdf. Lokalliseret 15. december 2014.

Fødevarernes klima- og miljøbelastning

Professor Jørgen E. Olesen, Aarhus Universitet

Indledning

Den globale menneskelige befolkning vokser fortsat, både i størrelse, forbrug og effekt på omgivelserne. Frem mod 2050 forventes den globale befolkning at vokse fra nu ca. 7 mia. mennesker til godt 9 mia. Samtidigt forventes en betydelig del af verdens befolkning at undslippe fattigdom, og især verdens middelklasse vil vokse ganske betydeligt, fra nu ca. 2 mia. mennesker til omkring 5 mia. i 2050. Udviklingen i velstand er på mange måder en succeshistorie, men den kommer med grimme bivirkninger i form af forurening, ødelæggelse af vitale økosystemer og globale klimaændringer. En stor del af disse effekter af øget velstand er knyttet til produktion af fødevarer, fordi en mere velstående befolkning vil efterspørge flere og bedre fødevarer (Godfray et al. 2010). Samtidig vil der være en øget efterspørgsel efter andre produkter knyttet til biomasseproduktion, især bioenergi. Samlet set kan dette medføre betydelige konsekvenser for natur, miljø og klima.

Fra et bæredygtighedssynspunkt er der især fire områder, hvor allerede den nuværende situation er problematisk på det globale plan (Rocks-tröm et al. 2009). Det drejer sig om klimaændringer, tab af biodiversitet samt næringsstofcyklus for både kvælstof og fosfor. For alle disse problemområder spiller landbrug og fødevarerproduktion en betydelig rolle. Landbruget er således ansvarlig for omtrent en fjerdedel af de globale udledninger af drivhusgasser, især gennem udledninger af lattergas og metan, men også via CO₂ fra opdyrkning af arealer til intensiv jordbrug.



SE VIDEO med Jørgen E. Olesen: 'Fødevarernes klima- og miljøbelastning'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-jeo

Tabet af biodiversitet er for en stor del knyttet til reduktion i arealet med naturlig vegetation og til afvanding af søer og vådområder som følge af opdyrkning og vandindvinding til landbrugsformål. Desuden spiller eutrofieringen fra landbrugets forurening med næringsstoffer (kvælstof og fosfor) en stigende rolle for tab af biodiversitet i både terrestriske og akvatiske økosystemer (Erisman et al. 2014). Kvælstof har desuden en række andre negative konsekvenser, herunder sundhedsskade via luftforurening og bidrag til drivhusgasser samt nedbrydning af ozonlaget. Fosfor virker også eutrofierende i mange akvatiske systemer, hvilket kan være særligt skadeligt i overfladevand, der benyttes til drikkevand, hvor det kan være vanskeligt at rense dette for toxiner fra blågrønalger, der fremmes ved høje fosforkoncentrationer i vandet.

Alle de nævnte bæredygtighedsproblemer er knyttet til omfanget og intensiteten af landbrugsproduktionen, og de fleste øges især med øget husdyrproduktion. Her gås derfor ikke i detaljer med alle problemstillingerne, men fokuseres på drivhusgasemissionerne som en indikator på ovennævnte problemstillinger.

Klimaændringer

Klimaændringer er uden tvivl en af de største udfordringer, menneskeheden har stået over for. Det skyldes ikke mindst de enorme konsekvenser, som klimaændringerne vil have for verdens økosystemer og for menneskelige levevilkår. Klimaændringer udgør samtidigt et kolossalt politisk problem, hvor hensynet til vækst i forbrug og materiel velstand opfattes som værende i modsætning til hensynet til mindskelse af klimaændringer. Samtidig opfatter en stor del af verdens befolkning, at der kun i ringe grad er sammenhæng mellem deres udledninger af drivhusgasser og klimaændringer samt deres effekter på den enkelte borgers levevilkår. Der er nemlig både en rumlig og en tidsmæssig adskillelse mellem udledninger og effekter. Verdens industrilande, som udleder langt den største mængde drivhusgasser, er umiddelbart de mindst sårbare over for effekterne af klimaændringerne. Desuden vil alvorlige effekter indtræffe langt senere (årtier til århundreder) end udledningerne. Det kan derfor være meget svært at skabe folkelig opbakning til effektive indgreb over for udledningerne af drivhusgasser.

I den politiske verden tales ofte om at undgå farlige klimaændringer.

Hvad der er farligt er jo en politisk afvejning, hvorimod det er op til forskningen at fremlægge dokumentation for de konsekvenser, forskellig grader af klimaændringer vil have. EU og verdenssamfundet har defineret, at det drejer sig om at undgå klimaændringer, der overstiger 2 grader i global middeltemperatur over førindustrielt niveau. Der er et vist belæg for denne grænse i vurderingsrapporterne fra FN's Klimapanel (IPCC). Heraf fremgår, at nogle af de værste konsekvenser, bl.a. på vandforsyning, fødevareproduktion, biodiversitet og sundhed, først bliver rigtigt alvorlige, når de globale temperaturstigninger overskrider ca. 2 grader. Hertil er dog at sige, at der er meget store regionale forskelle på, hvornår konsekvenserne vil optræde. Effekterne er allerede nu mærkbare mange steder i verden, især i ulande, hvor man i forvejen slås med mangel på rent drikkevand og tilstrækkelige mængder fødevarer. Klimaændringerne forværrer uligheden i verden, og for verdens fattigste vil selv en 2 graders stigning i den globale middeltemperatur have meget store negative konsekvenser.

Desuden viser ny forskning, at skaderne ved klimaændringerne hele tiden må opjusteres. Det gælder klimaændringernes økonomiske, sociale og miljømæssige konsekvenser. Desuden slutter klimaændringernes effekter jo ikke ved udgangen af indeværende århundrede. De vil fortsætte i mange århundreder fremover, ikke mindst i form af stadigt stigende vandstand i havene – især fra øget afstrømning af is fra Grønland og Vestantarktis.

En anden væsentlig grund til 2 graders målsætningen er ønsket om at undgå selvforstærkende klimaændringer. Disse vil kunne opstå, hvis opvarmningen i sig selv fører til øgede udledninger af CO₂. Det er bestemt ikke urealistisk, at opvarmningen vil kunne øges med yderligere 50 %, hvis klimaændringer fører til, at permafrosten i Sibirien, Alaska og Canada smelter, og der derved frigives enorme mængder kulstof fra de dybe organiske jorder, som nu ligger hen i dybfrost. Samtidigt vil øget tørke andre steder på jorden kunne medføre skovbrande, der også frigiver meget store mængder CO₂ til atmosfæren. Ingen af disse effekter er indregnet i de scenarier for klimaændringer, som IPCC og klimaforskere har fremlagt.

For at undgå en global opvarmning på mere end 2 grader er der brug

for drastiske ændringer i udledninger af drivhusgasser fra menneskelige aktiviteter. Da udviklingen i den global velstand må forventes at øge efterspørgslen efter varer og tjenesteydelser, bliver denne udfordring kun større. Hertil kommer naturligvis befolkningstilvæksten, som yderligere sætter systemet under pres. I tabel 1 er vist, hvordan forbruget per person i verden forventes at udvikle sig frem til 2050 inden for forskellige forbrugskategorier. På alle områder forventes forbruget at stige, om end væksten er langt størst inden for transport. For at overholde målsætningen om en maksimal temperaturstigning på 2 grader vil de årlige udledninger per person skulle reduceres fra 6,0 til 2,1 ton CO₂. Dette er en stor udfordring inden for alle sektorer, og inden for fødevarerproduktionen vil udledningerne skulle reduceres til omtrent en tredjedel.

Tabel 1. Anslået udvikling i forventet forbrug per indbygger globalt, og drivhusgasudledning per indbygger i 2050, for at et krav om en maksimal global temperaturstigning på 2 grader kan overholdes (Girod et al. 2014).

Forbrugskategori		Globalt forbrug (enhed/person)		Udledning (t CO ₂ /person)	
	Enhed	2010	2050	2010	2050
Fødevarer	Mcal	1048	1131	1,5	0,4
Husly	m ²	21	29	0,7	0,2
Transport	1000 pkm	6,5	12,6	1,7	0,7
Varer	kg	278	410	1,1	0,4
Total				6,0	2,1

Drivhusgasser fra produktionen og forbrug af fødevarer

Landbrugsproduktionen medfører udledninger af metan (CH₄) og lattergas (N₂O), som bidrager til den menneskeskabte drivhuseffekt. Drivhuseffekten af metan og lattergas er hhv. 23 og 296 gange kraftigere end effekten af kuldioxid (CO₂) (Solomon et al. 2007). CO₂ fra biologiske processer er neutralt i forhold til drivhuseffekten, men ændringer i arealanvendelsen indenfor skov- og landbrug samt imellem de to arealanvendelser, kan påvirke lagringen af kulstof i jord og dermed balancen mellem bundet og atmosfærisk CO₂.

På verdensplan er de samlede udledninger fra landbrug og skovbrug estimeret til ca. 25 % (Bustamante et al. 2014). Det er estimeret, at husdyr-

bruget alene beslaglægger 80 % af det globale landbrugsareal, er en af de væsentligste årsager til tab af biodiversitet samt er ansvarlig for 18 % af de globale udledninger af drivhusgasser (Stehfest et al. 2013). I Danmark udgør landbrugets udledninger ca. 16 % af de nationale udledninger af drivhusgasser. Udledningerne af metan og lattergas fra dansk landbrug er faldet med 26 % i perioden 1990 til 2006, men har i de seneste år været nogenlunde konstant. Faldet skyldes især mindre kvæghold og en betydelig stigning i landbrugets kvælstofeffektivitet som følge af vedtagelsen af vandmiljøplanerne.

Udover klimabelastningen knyttet til produktionen i landbruget bidrager især energiforbruget fra forarbejdning, transport, køling og opvarmning til fødevarernes samlede klimabelastning. Når man skal beregne fødevarernes klimaaftryk, er det vigtig at skelne mellem, om man anlægger et produktions- eller forbrugsperspektiv. Set fra en global synsvinkel er især forbrugsperspektivet interessant, fordi det relaterer til store forskelle i udledninger fra forskellige typer fødevarer (tabel 2).

Tabel 2. Klimaaftryk for fødevarer opgjort efter energiindhold

Fødevarer i supermarkedet	kg CO ₂ -ækv. pr. 1 MJ
Oksekød	1,47
Gul ost	0,84
Letmælk	0,59
Svinekød	0,46
Kylling, hel fersk	0,41
Æg	0,31
Løg	0,20
Rugbrød, frisk	0,09
Hvedemel	0,08
Gulerødder	0,08
Franskrød, frisk	0,07
Kartofler	0,06
Havregryn	0,05

Data fra www.LCAfood.dk og Fødevareinstituttet, bearbejdet af Lisbeth Mogensen, AU-DJF

Kød og kødprodukter er de fødevarer, som giver det største klimaaftryk, efterfulgt af mejeriprodukterne mælk, ost og smør (tabel 2). De laveste klimaaftryk kommer fra de vegetabiliske fødevarer.

Den samlede klimabelastning fra en typisk dansk kost bliver på ca. 3-4 ton CO₂ om året afhængig af, hvor stort et kødforbrug der lægges til grund (Anonym 2009). Heraf stammer en meget stor del fra forbruget af animalske produkter (kød, ost og mælk). Det største enkelte bidrag er oksekødet, der står for op til 1,5 ton CO₂ om året. Dernæst kommer ost og mælk på hver knap en halv ton CO₂ om året. Når disse fødevarer tæller så tungt, så skyldes det, at køerne bøvser store mængder metan, at der er et stort forbrug af gødning til at producere foderet, samt at dyrkning af foderafgrøder (fx sojabønne) også bidrager til CO₂ udledninger fra ændringer i arealanvendelse (fældning af skov).

For fisk fra havet kommer det største bidrag til klimateffekten fra selve fiskeprocessen, hvor der er et stort brændstofforbrug. Klimateffekten fra 1 kg vildtorsk er lavere end effekten fra 1 kg kylling. Køber man i stedet 1 kg friske rejer, giver det samme klimateffekt som 1 kg kylling, men køber man 1 kg pillede, frosne rejer, er klimateffekten 3 gange større end den fra kylling. Det skyldes de mange processer på fiskefabrikken, hvor de frosne rejer skal optøs, afskalles, blanches og indfryses enkeltvis. Dette kræver en del el og varme. For dambrugsfisk (ørred) kommer det største bidrag til klimateffekten derimod fra indkøbt fiskefoder.

Frilandsgrøntsager og kartofler giver betydelig lavere klimateffekt end andre fødevarer per kg produkt. Karakteristisk for planteprodukter er også, at udledningen af drivhusgasser er domineret af lattergas. Lattergas udgør for eksempel 80 % af drivhusgasudledningen for hvede. For kartofler, hvor der kræves energi til opbevaring, udgør lattergas derimod kun ca. 50 % af drivhusgasserne.

Den relative betydning af transport for den samlede klimabelastning varierer meget mellem forskellige grupper af fødevarer. For de fødevarer, der har et stort klimaaftryk, som fx kød, kommer transport kun til at udgøre en lille andel af produktets samlede klima-fodaaftryk. For eksempel er transport af svinekød beregnet til kun at udgøre 1 % den samlede klimateffekt (Dalggaard et al. 2007). For de fødevarer, der har et lille klimaaf-

tryk fra selve produktionen, som fx grøntsager, kan transport omvendt komme til at udgøre en betydelig andel af produktets samlede klimaaftryk. I et eksempel med friske gulerødder med en klimabelastning på 0,73 kg CO₂ pr. kg er transport, især forbrugerens transport af varen fra supermarkedet til hjemmet, det største bidrag til klimaaftrykket (Ligthart et al. 2005).

Menneskets brug af økosystemer

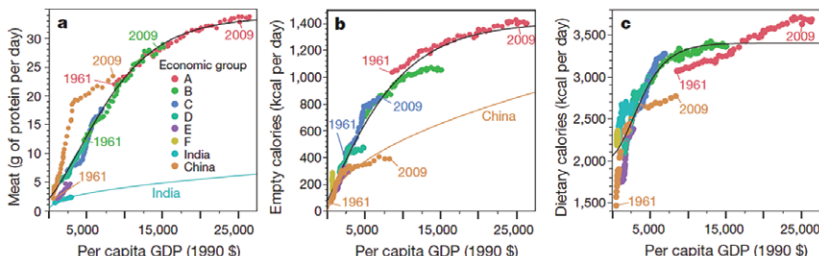
Den voksende befolkning har medført en betydelig stigning i arealet med landbrug og skovbrug, som udnyttes intensivt til menneskelige formål. Det drejer sig om produktion af fødevarer, fibre (fx bomuld og tømmer) og bioenergi. Den globale planteproduktion (NPP) har over de seneste 30 år været nogenlunde konstant på ca. 56 Pg C/år. Heraf udgør den del af NPP, der befinder sig over jorden, ca. 30 Pg C/år (Haberl et al. 2013). Af denne overjordiske plantemasse udnyttes 21 % til menneskelige aktiviteter. Resten befinder sig i skove (48 %), svært udnyttelige økosystemer (28 %) og andre systemer, herunder ikke høstet biomasse i landbruget (24 %). Umiddelbart synes der derfor at være en stor mængde biomasse, som også vil kunne udnyttes, men en del af det er meget svært at høste, og andet opfylder også andre vigtige formål i økosystemerne. Det er derfor næppe muligt at fordoble den andel af biomassen, der udnyttes, uden at det vil have drastiske konsekvenser for økosystemernes funktion.

En anden fremgangsmåde vil være at øge produktiviteten i landbrug og skovbrug. Her er fortsat nogle muligheder, om end produktiviteten i landbruget i mange af de industrialiserede lande synes at være tæt på de maksimale i de nuværende dyrkningssystemer (Neumann et al. 2010). Der er dog et betydeligt potentiale ved at udvikle landbruget i Afrika og Latinamerika (Springer og Duchin 2014). En række steder i verden er landbrugsproduktionen begrænset af nedbør og vand til vanding. I mange egne af verden (fx USA, Kina og Indien) sker der allerede nu en betydelig overudnyttelse af vandressourcer til vanding, og der vil skulle findes nye teknologiske løsninger til vanding for blot at opretholde den nuværende produktion.

Udvikling i fødevarerforbruget

Der er over de seneste årtier sket en betydelig vækst i det globale fødevarerforbrug som følge af vækst i både befolkning og indkomst. Dette har

Figur 1. Sammenhæng mellem udvikling i indkomst og fødevarerindtag i kød (a), tomme kalorier i form af raffineret sukker, raffineret animalsk fedt, olie og alkohol (b) og total kalorieindtag (c). Data repræsenterer forskellige landegrupper (Tilman og Clark 2014).

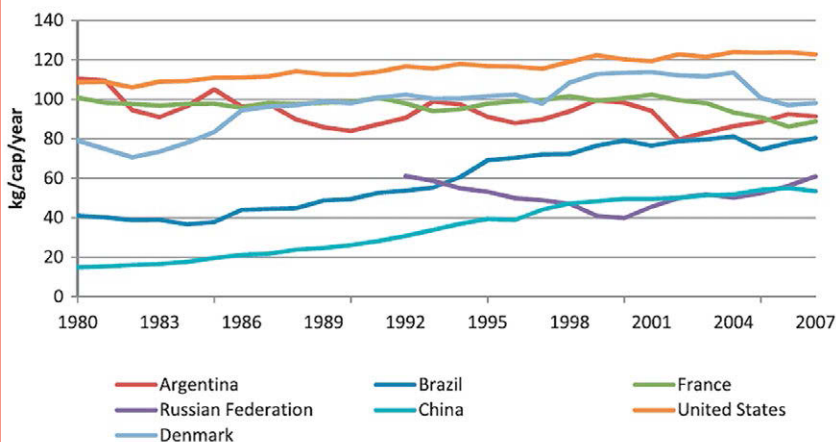


været koblet til en betydelig ensretning af den globale fødevarerproduktion mod færre afgrøder og færre typer husdyr. En stigende andel af den samlede produktion af energi kommer således fra energitætte afgrøder som ris, hvede, majs og sojabønner. Tilsvarende kommer en stigende andel af kødet fra kvæg, svin og fjerkræ, som baserer en stigende del af deres foderindtag på energitætte afgrøder. Dette giver en effektiv produktion, men medvirker i mange tilfælde også til betydelige miljø- og klimaproblemer (Bouwman et al. 2013; Herrero et al. 2013).

Denne udvikling er ikke kun drevet af ændringer i landbrugsproduktionen, men også af en stigende global homogenitet i fødevarerforbruget (Brunelle et al. 2014). Disse ændringer har over de seneste årtier været særligt stærke i Latinamerika og Asien (eksklusive Indien), hvor kalorieindtaget pr. person er steget med 60 % mellem 1960 og 2006, og hvor andelen af animalske produkter i fødevarerforbruget er steget fra 7 til 16 %. Der er som illustreret i figur 1 en tæt sammenhæng mellem indkomst og fødevarerforbrug, om end denne sammenhæng varierer noget mellem landegrupper, formentlig drevet af kulturelle forskelle.

Kødforbruget på verdensplan er som nævnt steget dramatisk over de seneste 50 år, og må forventes også at gøre det fremover. Der er dog i nogle lande tegn til, at kødforbruget stagnerer eller måske endda falder på trods af fortsat velstandsudvikling (figur 2). Dette kunne tyde på, at øget opmærksomhed fra bl.a. forbrugerne omkring kødforbrugets konsekvenser for miljø, klima og sundhed kan påvirke forbrugsmønstret (de Boer et al. 2014).

Figur 2. Udvikling i kødforbrug (kg per person) i Argentina, Brasilien, Frankrig, Rusland, Kina, USA og Danmark (Vranken et al. 2014).



Muligheder for at reducere klimabelastning fra fødevarerforbrug

Det fremgår af tabel 1, at der vil skulle ske voldsomme reduktioner i drivhusgasudledningerne fra fødevarerforbruget, hvis målsætningen om at udgå globale temperaturstigninger på mere end 2 grader skal kunne opnås. Da der samtidig, på grund af befolkningstilvækst og velstand, er en øget efterspørgsel, vil der være behov for at anvende alle de muligheder, der er til rådighed for at reducere udledningerne (Hedenus et al. 2014). Disse muligheder kan opsummeres i følgende:

- Øget produktivitet i plante- og husdyrproduktionen
- Mindre spild i hele forsyningskæden (og hos forbrugeren)
- Tiltag til emissionsreduktioner i produktion, transport og forarbejdning
- Ændrede forbrugsmønstre mod fødevarer med lavere klimaaftryk (især mindre forbrug af animalske produkter).

Det diskuteres ofte, om økologisk kontra konventionel produktion kan spille en rolle i denne sammenhæng, og derfor er dette også diskuteret nedenfor. Der lægges dog i det nedenstående især vægt på muligheden for nye produktionssystemer med større produktivitet og mindre klima-

belastning via ændrede forbrugsmønstre med lavere klimabelastning.

Økologisk jordbrug

Det diskuteres ofte, om økologisk jordbrug belaster klimaet mindre end konventionel dyrkning.

De fleste undersøgelser viser, at der er lavere udledninger af drivhusgasser fra økologisk jordbrug pr. ha, hvorimod der oftest kun er små forskelle mellem økologisk og konventionel produktion pr. produceret enhed (kg eller liter). Dette gælder især for vores kølige klima, hvor udbyttet i konventionelle systemer oftest er betydeligt højere end i de økologiske (Knudsen et al. 2014).

Der er dog områder, hvor økologisk jordbrug har klare fordele frem for de konventionelle. Det drejer sig især om fire forhold: 1) Der bruges ingen handelsgødninger eller pesticider, og der er dermed ikke knyttet noget energiforbrug til fremstilling af disse hjælpestoffer; 2) Den biologiske kvælstoffiksering i bælgeplanterne reducerer udledningerne af lattergas; 3) Den højere andel af græsmarker, grøngødningsafgrøder og efterafgrøder hos økologer øger jordens kulstoflager og endelig; 4) En bedre jordstruktur i økologisk jordbrug mindsker udledningerne af lattergas.

Der er dog også ulemper ved økologisk produktion, fx når rodukrudt bekæmpes med landbrugsmaskiner, som både er energikrævende og tærer på jordens kulstoflager. Desuden er der store udledninger af lattergas fra nedpløjede, kvælstofrige efterafgrøder, som fx kløver. Endelig er udbytterne i økologisk produktion for lave. Et øget forbrug af økologisk mad vil derfor kræve et større landbrugsareal, hvis vi skal spise den samme type og mængde mad. Det vil alt andet lige føre til øget fældning af regnskov med deraf følgende meget store udledninger af CO₂. Men helt så enkelt kan det ikke stilles op - alt andet er netop ikke lige.

Økologiske fødevarer er dyrere end konventionelle. Dette er en klimafordel. Det bremser nemlig kødforbruget og gør derfor den samlede klimabelastning (også fra afskovning) lavere for økologiske end for konventionelle forbrugere. Samtidig har mange økologiske forbrugere et lavt kødforbrug ud fra betragtninger om kødets effekter på miljøet og vores personlige sundhed.

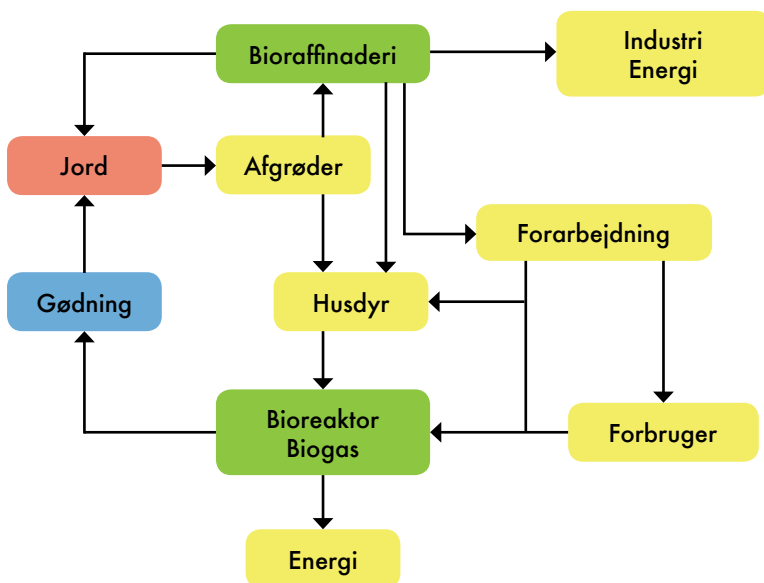
Nye effektive produktionssystemer

Der er nogle væsentlige betingelser for at reducere udledningerne fra produktionssystemet, som kan opsummeres i følgende:

- Øget produktivitet i planteproduktionen (større udbytte per ha).
- Øget foderudnyttelse i husdyrproduktionen (mere kød og mælk per foderenhed).
- Mindskede udledninger af lattergas og øget kulstoflagring i planteproduktionen.
- Mindskede udledninger af metan i husdyrproduktionen fra både dyr og husdyrgødning.

Med eksisterende produktionssystemer er det kun muligt i begrænset omfang at øge produktiviteten og mindske udledningerne fra de mest intensive landbrugssystemer som fx det danske (Neumann et al. 2010; Smith et al. 2013). Der er derfor behov for nytænkning af landbrugets produktionssystemer, især i forhold til inddragelse af ny teknologi og nye organisationssystemer, som bedre sikrer bæredygtigheden i hele produktionskæden og som inddrager et cyklisk aspekt i forhold til næringsstoffer og energi (figur 3).

Figur 3. Cirkulære produktionskæder og teknologier, der sammenkobler landbrugets primærproduktion på nye måder og med nye produkter, kan også medvirke til at reducere miljø- og klimabelastning.



Igangværende forsøg ved Aarhus Universitet viser, at det er muligt med græs og roer at fordoble biomasseproduktionen sammenlignet med mængden af kerne og halm i vinterhvede. Der er således gode muligheder allerede under nuværende klima for at øge biomasseproduktionen, således at der også åbnes mulighed for at levere bæredygtig biomasse til energisektoren ud over at fastholde fødevareproduktionen (Gylling et al. 2012).

En af de største udfordringer i dansk landbrug under både nuværende og fremtidige klimaforhold er reduktion af kvælstofbelastningen til vandmiljøet, især fjordene. Den nuværende fokus på reduktion af kvælstofinput med gødningen har vist sig ikke at være tilstrækkelig, hvilket skyldes, at kvælstofudvaskningen ved nuværende gødningsniveau især afhænger af plantedækket om efteråret. Der er derfor i høj grad brug for at konvertere en del af det eksisterende kornareal til græsmarker eller andre flerårige afgrøder med lille kvælstofudvaskning.

Samtidig er der en betydelig udfordring i at bidrage til at imødekomme det stærkt stigende behov for biobaserede produkter (fødevarer, biomaterialer og bioenergi). Samlet set kræver udfordringerne kort sagt, at vi fordobler biomasseproduktionen med halveret miljø- og klimabelastning. Det er en enorm udfordring, der ikke kan løses inden for de eksisterende produktionssystemer og forsyningskæder. For at løse disse må der tænkes nyt baseret på ny teknologi, nye agroøkologiske systemer og nye forarbejdningsskæder, som i høj grad skal tænkes ind i en cirkulær tænkning omkring stofstrømme (figur 3). Her kan den voldsomme teknologiske fremgang inden for informationsteknologi og kommunikation samt bioteknologi give ny muligheder for at designe nye produktive og miljøvenlige systemer. Det kræver dog også ofte nye logistiksystemer og udvikling af nye produktionskæder, hvor behovet for risikovillig kapital for at udvikle disse kan være en væsentlig hæmsko.

Et eksempel på et fremtidigt, højproduktivt og miljøvenligt landbrug kan være husdyrproduktion baseret på højproduktive græsmarker, og vegetabilsk produktion baseret på diversificerede sædskeer med stort vegetationsdække gennem brug af efterafgrøder mv. Græsset fra græsmarkerne vil ikke umiddelbart kunne bruges til foder til de fleste dyrearter, og slet ikke i højproduktive systemer. Biomassen vil skulle forarbejdes til

foderemner med høj fordøjelighed og gode ernæringsmæssige egenskaber. Hertil kræves nye teknologier, som også udnytter bioteknologiske fremskridt. Denne tankegang indgår i begrebet bioraffinering, hvor en kombination af mekaniske, termiske, kemiske og biologiske mekanismer udnyttes til at omdanne biomasse til materialer af ønsket kvalitet.

Sådanne teknologier vil selv i økologiske produktionssystemer kunne øge produktiviteten, fx gennem produktion af proteinrige afgrøder ved dyrkning af højproduktiv kløvergræs uden anvendelse af gødning og pesticider. Sådanne græsmarker kan, ud over foder til kvæg, også være en ny kilde til bæredygtig produktion af protein til svin og fjerkræ samt for fiskeopdræt. Den langsigtede bæredygtighed i systemerne kan dog kun sikres ved at tilbageføre næringsstoffer fra bioraffineringen, husdyrholdet og byerne, til landbrugssystemerne. Også her vil der i høj grad være brug for nye teknologier og nye organisatoriske systemer.

Mindre belastende forbrug

Da der er voldsomme forskelle i klima- og miljøbelastning fra forskellige typer fødevarer, er der en stigende opmærksomhed om betydningen af ændringer i forbrugsmønstre for at kunne mindske klimabelastningen fra fødevarerproduktionen (Ripple et al. 2014), og for at reducere behovet for opdyrkning af ny landbrugsjord, som er en af de væsentligste årsager til tab af biodiversitet og ødelæggelse af naturlige økosystemer (Smith et al. 2010).

Flere analyser på global og kontinental skala har vist, at ændringer i madvaner fra kødbaserede til mere vegetabilsk baserede diæter har store fordele for klima, arealanvendelse, forurening og menneskelig sundhed (Stehfest et al. 2009; Tilman og Clark 2014; Westhoek et al. 2014). En analyse for Europa undersøgte effekten af alternative diæter, hvor 25-50 % af de animalske fødevarer var erstattet af vegetabilske produkter (Westhoek et al. 2014). Resultaterne viste, at en halvering af forbruget af kød, mælkeprodukter og æg i EU ville sikre en 40 % reduktion i kvælstofudledninger, 20-40 % reduktion i drivhusgasser fra fødevarer og 23 % mindre forbrug af landbrugsareal per indbygger. Det ville samtidig føre til lavere sundhedsrisiko (længere levetid). Resultatet ville også være bedre vand og luftkvalitet.

Et mindre kødforbrug og mindre spild vil i sig selv føre til, at landbrugsproduktions størrelse mindskes, og at produktionen foregår på de bedste jorder og i de mest effektive systemer. Dette vil samlet set føre til lavere priser på fødevarerne (Stehfest et al. 2013). En sådan tilbagekobling på prisen kan gøre det sværere at opnå det lavere kødforbrug og det mindre spild, med mindre dette kobles med effektive incitamentsstrukturer som fx skat på kød (Bustamante et al. 2014; Girod et al. 2014). Der vil formentlig være brug for en bred vifte af incitamenter for at sikre en varig nedgang i kødforbruget (de Boer et al. 2014), da alene moralske overvejelser næppe i tilstrækkelig grad vil være effektive (Graca et al. 2014).

Konklusion

De globale klima- og miljøudfordringer som følge af menneskelige aktiviteter er af et sådant omfang, at ikke kun produktionen, men også forbruget af varer (herunder fødevarer) må ændres for at mindske skadelig miljøpåvirkning på økosystemerne og farlige klimaændringer. Fødevarerforbruget bidrager til omtrent 25 % af de globale udledninger af klimagasser, og mindskelse af disse vil skulle spille en væsentlig rolle for at kunne opnå målsætningen om at holde den globale temperaturstigning under 2 grader. Da der samtidig vil være en befolkningstilvækst, vil klimabelastningen fra fødevarerforbruget per person på verdensplan skulle reduceres med mere end 50 %, og for danske forbrugere med endnu mere. Dette vil formentlig kun kunne lade sig gøre ved at sætte ind på mange områder samtidigt, og her spiller følgende faktorer alle en rolle: 1) Øget produktivitet i plante- og husdyrproduktionen, 2) Mindre spild i hele forsyningskæden, 3) Tiltag til emissionsreduktioner i produktion, transport og forarbejdning, og 4) Ændrede forbrugsmønstre mod fødevarer med lavere klimaaftryk. Det er vigtigt, at der fra samfundets side sættes ind med en bred vifte af virkemidler og incitamenter, der kan påvirke alle disse elementer i en mere bæredygtig retning.

Litteratur

Anonym. 2009. IDAs klimaplan 2050 – Hovedrapport. Udgivet af Ingeniørforeningen, IDA.

Bouwman, L., K.K. Goldewijk, K.W. van der Hoek, A.H.W. Beusen, D.P. van Vuuren, J. Willems, M.C. Rufino og E. Stehfest. 2013. Exploring global changes in nitrogen and phosphorus cycles in agriculture induced by livestock production over 1900-2050 period. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 110: 20882-20887.

Brunelle, T., P. Dumas og F. Souty. 2014. The impact of globalization on food and agriculture: The case of the diet convergence. *Journal of Environment and Development*. Vol. 23: 41-65.

Bustamante, M., C. Robedo-Abad, R. Harper, C. Mbow, N. Ravindranat, F. Sperling, H. Haberl, A.D.S. Pinto og P. Smith. 2014. Co-benefits, trade-offs, barriers and policies for greenhouse gas mitigation in the agriculture, forestry and other land use (AFOLU) sector. *Global Change Biology*. Vol. 20: 3270-3290.

Dalgaard, R., N. Halberg og J.E. Hermansen. 2007. Danish pork production. An environmental assessment. *DJF Animal Science*. Vol. 82.

De Boer, J., H. Schlöser og H. Aiking. 2014. "Meatless days" or "less is better"? Exploring strategies to adapt Western meat consumption to health and sustainability challenges. *Appetite*. Vol. 76: 120-128.

Erismann, J.W., J. N. Galloway, S. Seitzinger, A. Bleeker, N.B. Dise, A.M.R. Petrescu, A. M. Leach og W. de Vries. 2014. Consequences of human modification of the global nitrogen cycle. *Phil. Trans. R. Soc. B*. Vol. 368: 20130116.

Girod, B., D.P. van Vuuren og E. G. Hertwich. 2014. Climate policy through changing consumption choices: Options and obstacles for reducing greenhouse gas emissions. *Global Environmental Change*. Vol. 25: 5-15.

Godfray, H.C.J., J.R. Beddington, L.R. Crute, L. Haddad, D. Lawrence, J.F. Muir, J. Pretty, S. Robinson, S.M. Thomas og C. Toulmin. 2010. Food security: The challenge of feeding 9 billion people. *Science*. Vol. 327: 812-818

Graca, J., M.M. Calheiros og A. Oliveira. 2014. Moral disengagement in

harmful but cherished food practices? An exploration into the case of meat. *J. Agric. Environ. Ethics*. Vol. 27: 749-765.

Gylling, M., U. Jørgensen, N. S. Bentsen, I.T. Kristensen, T. Dalgaard, C. Felby og V.K. Johannsen. 2012. *+10 mio. tons planen: muligheder for en øget dansk produktion af bæredygtig biomasse til bioraffinaderier*. Fødevareøkonomisk Institut, Københavns Universitet.

Haberl, H., K.H. Erb, F. Krausmann, S. Running, T. D. Searchinger og W.K. Smith. 2013. Bioenergy: how much can we expect for 2050? *Environ. Res. Lett.* Vol. 8: 031004.

Hedenus, F., S. Wirsenius og D.J.A. Johansson. 2014. The importance of reduced meat and dairy consumption for meeting stringent climate change targets. *Climatic Change*. Vol. 124: 79-91.

Herrero, M., P. Havlik, H. Valin, A. Notenbart, M.C. Rufino, P.K. Thornton, M. Blümmel, F. Weiss, D. Grace og M. Obersteiner. 2013. Biomass use, production, feed efficiencies, and greenhouse gas emissions from global livestock systems. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 110: 20888-20893.

Khoury, C.K., A.D. Bjorkman, H. Dempewoll, J. Ramirez-Villegas, L. Guarino, A. Jarvis, L.H. Rieseberg og P.C. Struik. 2013. Increasing homogeneity in global food supplies and the implications for food security. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 110: 4001-4006.

Knudsen, M.T., A. Meyer-Aurich, J. E. Olesen, N. Chirinda og J.E. Hermansen. 2014. Carbon footprints of crops from organic and conventional arable crop rotations using a life cycle assessment approach. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 64: 609-618.

Ligthart, T.N., A.M.M. Ansems og J. Jetten. 2005. *Eco-efficiency and nutritional aspects of different product/packing systems; an integrated approach towards sustainability*. TNO report R2005/101.

Neumann, K., P.H. Verburg, E. Stehfest og C. Müller. 2010. The yield gap of global grain production: A spatial analysis. *Agricultural Systems*. Vol.103: 316-326.

Ripple, W.J., P. Smith, H. Haberl, S.A. Motzka, C. McAlpine og D.H. Boucher. 2014. Ruminants, climate change and climate policy. *Nature Climate Change*. Vol. 4: 2-5.

Rockström, J., W. Steffen, K. Noone, Å. Persson, F.S. Chapin III, E. Lambin, T.M. Lenton, M. Scheffer, C. Folke, H. Schellnhuber, B. Nykvist, C.A. De Wit, T. Hughes, S. van der Leeuw, H. Rodhe, S. Sörlin, P.K. Snyder, R. Costanza, U. Svedin, M. Falkenmark, L. Karlberg, R.W. Corell, V.J. Fabry, J. Hansen, B. Walker, D. Liverman, K. Richardson, P. Crutzen og J. Foley. 2009. Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and Society*. Vol. 14, No. 2: 32.

Smith, P., P.J. Gregory, D. van Vuuren, M. Obsernter, P. Havlik, M. Rounsevell, J. Woods, E. Stehfest og J. Bellarby. 2010. Competition for land. *Phil. Trans. R. Soc. B*. Vol. 365: 2941-2957.

Smith, P., H. Haberl, A. Popp, K.H. Erb, C. Lauk, R. Harper, F.N. Tubiello, A.D.S. Pinto, M. Jafari, S. Sohi, O. Masera, H. Böttcher, G. Berndes, M. Bustamante, H. Ahammad, H. Clark, H. Dong, E.A. Elsiddig, C. Mbow, N. Ravindranath, C.W. Rice, R.C. Abad, A. Romanoskaya, F. Sperling, M. Herrero, J.I. House og S. Rose. 2013. How much land-based greenhouse gas mitigation can be achieved without compromising food security and environmental goals? *Global Change Biology*. Vol. 19: 2285-2302.

Solomon, S., D. Qin, M. Manning, Z. Chen, M. Marquis, K.B. Averyt, M. Tignor og H.L. Miller. 2007. *Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.

Springer, N.P. og F. Duchin. 2014. Feeding nine billion people sustainably: Conserving land and water through shifting diets and changes in technologies. *Environmental Science and Technology*. Vol. 48: 4444-4451.

Stehfest, E., L. Bouwman, D.P. van Vuuren, M.G.J. den Elzen, B. Eickhout og P. Kabat. 2009. Climate benefits of changing diet. *Climatic Change*. Vol. 95: 83-102.

Stehfest, E., M. van den Berg, G. Woltjer, S. Msangi og H. Westhoek. 2013. Options to reduce the environmental effects of livestock production – Comparison of two economic models. *Agricultural Systems*. Vol. 114: 38–53.

Tilman, D. og M. Clark. 2014. Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature*. Vol. 515: 518-522.

Vranken, L., T. Avermaete, D. Petalios og E. Mathijs. 2014. Curbing global meat consumption: Emerging evidence of a second nutrition transition. *Environmental Science and Policy*. Vol. 39: 95-106.

Westhoek, H., J.P. Lesschen, T. Rood, S. Wagner, A. de Marco, D. Murphy-Bokern, A. Leip, H. van Grinsven, M.A. Sutton og O. Oenema. 2014. Food choices, health and environment: Effects of cutting Europe's meat at dairy intake. *Global Environment Change*. Vol. 26: 196-205.

Markedet behøver hjælp, hvis etikken skal være med

Professor Kirsten Halsnæs, Danmarks Tekniske Universitet, medlem af Det Ethiske Råd

Når den etiske forbruger og mærkningsordninger bliver anvendt til regulering af fødevarers påvirkning af miljø, dyrevelfærd og sundhed, kan der være tre tabere nemlig forbrugerne, producenterne og samfundet. Produktionen af fødevarer med særlige etiske værdier kan blive for dyr og for lille målt i forhold til samfundets præferencer, og ingen opnår på den måde, hvad de ønsker på en effektiv måde. Er der så grund til at droppe markedet som en primær reguleringsmekanisme til at forsyne borgerne med de fødevarer, som de foretrækker? Nej, det ville være at smide barnet ud med badevandet. Markedet har dog brug for lidt hjælp – de usynlige påvirkninger af fælles samfundsmæssige goder som miljø, dyrevelfærd og sundhed bør indarbejdes i markedet, så det kan betale sig at gøre, hvad vi lægger vægt på som samfund og individer.

Introduktion

Produktion af fødevarer giver ligesom mange andre økonomiske aktiviteter i vores samfund anledning til en række negative og positive effekter på vores omgivelser. Der kan fx være tale om negativ påvirkning af miljøet, klimaet og vandløb, og der kan også være sundhedseffekter. For en god ordens skyld er det også værd at nævne, at der kan være tale om positive påvirkninger af omgivelserne, som fx når smukke og artsrige landskaber opstår. Overfor dette står et ofte fremført argument om, at valg af fødevarer kan betragtes som et kerneområde for udfoldelsen af individers valgfrihed.

Indenfor andre sektorer end landbrug, som fx ved energiproduktion,



SE VIDEO med Kirsten Halsnæs: 'Markedet behøver hjælp, hvis etikken skal være med'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-kh

lægger lovgivningen og skattesystemer en række rammer for negative påvirkning af miljø og klima. I Danmark har vi da også CO₂-skatter på el- og varmeproduktion, som betyder, at forbrugerpriserne kommer til at indeholde et element af samfundsmæssige omkostninger ved klimapåvirkning. To økonomiske effektivitetsfordele opstår på den måde. Energiforbruget får et økonomisk incitament til at vælge brændsler, som har lav CO₂-udledning, og forbrugerne får gennem priserne et signal om, at der er en omkostning ved at forurene, og vi tilskyndes dermed til mindre og renere forbrug.

Principperne, som anvendes indenfor energisystemet, er lige efter de økonomiske lærebøger, og der er ingen tvivl blandt eksperter om, at de giver den billigst mulige forureningsbekæmpelse for samfundet. Hvorfor har regulering af negative påvirkninger fra fødevarerproduktion så ikke fulgt disse principper?

Jeg vil i det følgende kort gennemgå nogle metodiske principper for, hvordan miljøhensyn på den mest økonomisk effektive måde kan integreres i fødevarerproduktionen. Udgangspunktet er her, at samfundsmæssige hensyn til miljø og sundhed godt kan integreres i markedet, og at det ikke giver mening at undgå regulering ud fra et argument om, at individets valgfrihed på fødevarerområdet er ukrænkelig. Fødevarers miljøpåvirkning betyder, at der er mere på spil end blot opfyldelsen af individuelle behov. Markedet er i centrum for denne diskussion, da der er nogle "allokeringsmæssige" fordele ved, at producenter og forbrugere på markedet kan mødes og udveksle information om præferencer og omkostninger.

Markedet er dog ikke en hellig gral, som af sig selv sikrer de helt rigtige økonomiske løsninger. Der er betydelige etiske konsekvenser forbundet med brug af markedet, hvis der ikke indbygges korrigerende mekanismer, som tager hensyn til miljøpåvirkninger, dyrevelfærd og sundhed. På den måde kan brug af markedet uden hensyntagen til fælles samfundsmæssige værdier skabe utilsigtede etiske konsekvenser.

Jeg vil i det følgende komme ind på de store økonomiske tab, som både forbrugere og samfundet har ved, at vi i dagens Danmark ikke regulerer fødevarerproduktion efter traditionelle økonomiske anbefalinger, men i stedet ensidigt appellerer til forbrugernes gode vilje. Yderligere vil jeg på-

vise etiske konsekvenser af anvendelsen af et ureguleret marked på fødevarerområdet og vil også inddrage fordelingsmæssige aspekter.

Vores valg påvirker omgivelserne

Udgangspunktet for en økonomisk vurdering af, hvordan fødevarerproduktion og forbrug kan reguleres for at tage hensyn til effekter på miljø, dyrevelfærd og andre værdier, er, at der sker en påvirkning af ”nyttens” for andre individer end dem, som direkte indgår i transaktionen. Vi taler om, at der er eksterne effekter, og kalder dem eksternaliteter.

Eksempler på eksternaliteter er, at en ryger nyder tobak, men passive rygere får en negativ nytte ved at blive udsat for røgen. Et andet eksempel er forurening med affaldsstoffer fra en industri til vandløb. Hvis udledningen ikke er begrænset af miljølovgivning, er der intet incitament til, at producenten skal begrænse den og påføre sig selv omkostninger. Samfundet taber dog ved udledningen i det omfang, at vi prioriterer et rent miljø. En optimal løsning på forureningsproblemerne kan kun opnås, hvis forurenere via samfundsmæssige reguleringer får tilskyndelse til at tage hensyn til dem, som rammes af forureningen. I fagøkonomisk sprog taler vi om, at en adfærd eller produktion påvirker fælles goder.

Tilstedeværelsen af eksternaliteter betyder dermed, at et frit og økonomisk effektivt valg af producenter eller forbrugere i en markedssammenhæng, hvor der ikke er taget højde for fælles målsætninger som fx på miljøområdet, er i modstrid med en økonomisk effektiv varetagelse af samfundets prioriteter.

Det er vigtigt her at understrege, at konklusionen på dette misforhold mellem individers valg baseret på egne præferencer og fælles samfundsmæssige prioriteter ikke er, at frie markedsvalg så skal erstattes af forbud og central styring af staten. Tværtimod, peger den miljøøkonomiske teori på, at indarbejdelsen af eksternaliteter i markedet kan være den mest effektive og attraktive måde at skabe harmoni mellem fx miljøhensyn og producenter og forbrugeres valg. Det kan indebære, at der indføres afgifter på forurening som fx drivhusgasudslip, så det bliver mere økonomisk attraktivt at bruge renere energi og købe varer med lav klimabelastning.

Hvis vi på den måde udelukkende satser på regulering af fødevarerens på-

virkning af miljøet gennem mærkningsordninger og appeller til etiske forbrugere uden at korrigere markederne med økonomiske virkemidler, som indarbejder eksternaliteter i produktionsomkostninger og priser, så er vi ude på et spor, som helt er i modstrid med grundlæggende principper i økonomisk teori. Markedspriserne bliver forkerte, produktionen bliver ineffektiv, og samfundet kan komme til at satse på ineffektive instrumenter i miljøpolitikken.

Økonomiens syn på forbrug og etik

Selve begrebet den etiske forbruger dækker i praksis over en række forskellige opfattelser af, hvilke etiske begreber, som er relevante at anvende i analyser af forbrug. Jeg vil derfor i det følgende kort redegøre for, hvordan etisk forbrug kan opfattes og i et vidst omfang måles på baggrund af et fagøkonomisk grundlag, som især egner sig til analyser på miljøområdet.

Miljøøkonomisk teori bygger på et konsekvensetisk begreb, hvor en handlings etiske værdi udelukkende afhænger af dens konsekvenser for, hvad der anses for at være "det gode" (Møller og Mortensen 2007). Det gode kan måles i forhold til individbaserede præferencer, som udtrykker hvilken nytte eller velfærd, som personer oplever. I nogle sammenhænge kan der også tales om "det gode" i sammenhæng med fælles goder, som kan være vores miljø og klima. Vi opererer her med begrebets samfundsmæssige mål og prioriteringer.

Et ofte fremført argument overfor miljøafgifter og anden regulering af fødevarerproduktionen har været, at valg af fødevarer er noget særligt personligt vigtigt, som udtrykker individuelle værdier og præferencer på en helt unik måde. I forlængelse heraf har der så været argumenteret for, at staten ikke må gribe ind.

Baseret på nytteteori, som er et vigtigt grundlag for økonomisk teori, er det svært at finde grundlag for, at præferencer overfor fødevarer har en helt særlig betydning. Generelt set er den økonomiske teori om præferencer da også ret vag, da det i praksis er vanskeligt at måle, hvad individer opfatter som værende "det gode".

Forbrugeradfærd på markeder og betalingsvilligheden overfor bestem-

te varer giver en vis indikation af, hvad der opfattes som værende "det gode", men mange af de etiske konsekvenser af forbrug som miljø, dyrevelfærd og sundhed er svære direkte at omsætte på markeder. Der er ingen prisdannelse, og vi ved derfor ikke rigtigt, hvilken værdi goderne har for forbrugerne. På den måde er de etiske konsekvenser af forbrug ikke rigtigt indarbejdet i markederne, og forbrugere og producenter kan vanskeligt tage højde for dem.

Udover at forbrugeres præferencer afspejler egocentriske motiver, så kan individuelle præferencer også indeholde et betydeligt element af altruisme. Altruisme kendetegner en situation, hvor individers præferencer ikke udelukkende drejer sig om opfyldelse af egne behov, men også indeholder et element af værdier, som afspejler nytte af fælles værdier, som kan være forbundet med miljøets tilstand, sociale fællesskaber i et samfund og lignende. Jeg vil i den efterfølgende diskussion af den etiske forbruger lægge særlig vægt på at undersøge altruistisme som et vigtigt udtryk for den etiske forbrugers præferencer.

Når jeg særligt tillægger altruistiske præferencer betydning i min karakteristik af etiske forbrugere, er det udtryk for et bevidst valg om særligt at belyse konsekvenserne af forbrug for fælles goder som på miljøområdet. Det er vigtigt her at holde sig for øje, at forbrugere også kan lægge vægt på andre konsekvenser af deres forbrug, som de finder etisk betydningsfulde. Et eksempel herpå kan være et ønske om at købe lokalt producerede varer, fordi man finder det vigtigt, at der specielt skabes indkomst i nærområdet.

Træffer forbrugerne så etisk betingede valg

En række studier af forbrugeres præferencer for økologiske varer har på en interessant måde bidraget til en belysning af, hvilke motiver som ligger bag specifikke forbrugers valg af varer, og jeg vil i det følgende anvende dette materiale til belysning af, hvordan forbrugervalg afspejler værdier. Økologiske varer er naturligvis ikke det eneste område, hvor forbrugere kan få opfyldt deres præferencer for etiske værdier, men varerne opfattes dog af mange forbrugere som værende forbundet med en række etiske værdier, og de grundige undersøgelser på området kan dermed være værdifulde i en belysning af forbrugervalg. Det er i den forbindelse også interessant, at økologiske varer som hovedregel er dyrere

end konventionelle fødevarer, og undersøgelser af forbrugeres valg kan dermed sige noget om, hvor meget vi er villige til at betale for særlige etiske værdier.

En undersøgelse af danske forbrugeres holdninger til økologisk forbrug, hvor godt 1300 husholdninger indgik, arbejder med en opdeling af forbrugere i 6 undergrupper defineret i forhold til deres prioritet af økologiske varer og deres motiver for valg. Grupperne er "De overbeviste", "De positivt stemte", "De Mærkeopmærksomme", "De Produktfokuserede", "De Lige glade" og "De Skeptiske" (CONCEPTS 2007).

Som udgangspunkt var det kun et lille mindretal af forbrugerne på 21 %, som i 2007 lagde særligt vægt på, om varer er økologiske eller ej. Der er her meget store forskelle på forbrugergrupperne, hvor så meget som 64 % af "De Overbeviste" og henholdsvis 27 % og 22 % blandt de "Mærkeopmærksomme" og "Positivt Stemte" tillagde økologi en særlig betydning. For de andre forbrugergrupper lagde kun 1 % – 3 % særlig vægt på økologi.

Det viser sig også, at motiverne for de forskellige forbrugergruppers valg af økologiske og dermed dyrere fødevarer er en blanding af egocentriske præferencer (for sundhed og forventet fødevarekvalitet) og altruistisk prægede præferencer (for fælles goder som miljø, dyrevelfærd). Dertil kom sundhedsmæssige aspekter, hvor ikke kun den individuelle sundhed, men også mere fælles områder som fx risikoen for antibiotikaresistens kan indgå.

Udelukkende "De Overbeviste" har nævnt fælles goder, som fx et bedre miljø, som det vigtigste motiv for valg af økologiske varer, men andre mere egocentriske motiver er også næsten lige så vigtige for denne gruppe. Således spiller en række kulturelle og livstilprægede præferencer ind, hvor især højtuddannede grupper med god indkomst tillægger økologiske varer en særlig værdi, og de er meget engagerede i mad og madlavning. Prioriteringer af fællesskabet som en del af etisk prægede motiver står dermed ikke så stærkt.

Egocentrisk prægede præferencer knyttet til forventet kvalitet og sundhed udgør altså en markant del af motiverne for valg i forbrugerunder-

søgelsen for økologiske varer. Dette understøtter konklusionerne i det foregående afsnit om, at det kan være vanskeligt at tage højde for fælles samfundsmæssige prioriteter, fx på miljøområdet, ved kun at satse på individuelle præferencer som udtrykt gennem etiske forbrugere.

Yderligere er det også værd at bemærke at indenfor økologiforskningen, peger markedsundersøgelser også på, at udbredelsen af økologiske varer er begrænset til at koncentrere sig om fødevaregrupper som mælkeprodukter, havregryn og visse grøntsager, hvor der er små prisforskelle mellem konventionelle og økologiske varer. Selv gruppen ”De Overbeviste”, med den største præference for økologisk forbrug, dækkede i 2007 kun ca. 18% af deres forbrug med økologiske varer. Denne gruppe stod samtidig for ca. 42 % af det samlede økologiske salg til private forbrugere i Danmark (CONCEPTS 2007).

Dette peger på, at forbrugernes præferencer alt i alt ikke slår så stærkt igennem på markedet, når prissignalerne ikke understøtter forbrugervalg. Gennem den finansielle krise er disse tendenser blevet forstærket, og discountsupermarkeder bliver mere udbredt og står i dag for 40 % af dagligvaremarkedet i Danmark, ifølge Berlinske Business (Jensen 2014), hvilket peger på vigtigheden af lave priser.

Diskussionen om valg af etiske forbruger begreber som et vigtigt reguleringsinstrument på fødevareområdet har også indeholdt argumenter omkring individers frihed versus statslige indgreb. Set i sammenhæng med miljøøkonomisk teori er dette ikke en relevant kontrovers. Som tidligere anført er hovedproblemstillingen her, at individers aktiviteter i nogle tilfælde påvirker andre individers nytte, og de kan dermed være med til at skabe problemer for fælles samfundsmæssige goder som fx miljøet. Der er så behov for at arbejde på løsninger, hvor økonomiske valg inddrager samfundseffekter, og her kan staten spille en rolle. Hvorvidt staten så skal arbejde med normer, forbud, afgifter eller andre former for regulering er en anden diskussion – det legitime økonomiske grundlag for sådanne tiltag er under alle omstændigheder, at fælles goder er på spil.

En særlig diskussion i forbindelse med valg af fødevarer er, at visse forbrugere kan have en præference for at undgå specielle forhold ved pro-

duktion af fødevarer, som fx GMO, hvor der ikke er udbredt enighed om, at der er etableret et generelt accepteret videnskabeligt eller politisk grundlag for at træffe fælles beslutninger om at undgå sådanne processer. På trods heraf kan forbrugergrupper meget vel have et stærkt ønske om at undgå sådanne produkter, og en satsning på mærkningsordninger kan hjælpe disse grupper med at realisere deres ønsker. Det er dog værd at understrege, at sådanne egenskaber ved fødevareproduktion ligger udenfor, hvad jeg i denne artikel behandler på baggrund af miljøøkonomiske principper for samfundsmæssig effektiv regulering af fødevarer. Mine konklusioner gælder kun for miljø, dyrevelfærd, sundhedseffekter og lignende, som generelt er accepteret som værende vigtige fælles samfundsgoder.

Markedet som usynlig hånd

Selve begrebet den etiske forbruger tillægger markedet en stor betydning i håndteringen af etiske konsekvenser, og jeg vil derfor i det følgende give en kort karakteristik af markedets funktion som en effektiv allokering-mekanisme, hvor købere og sælger udveksler information og indgår aftaler om varer og andre ydelser. Adam Smith betegnede markedet som "den usynlige hånd" i sin berømte bog "Nationernes Velstand" fra 1776, og den efterfølgende udvikling i økonomisk teori lægger stor vægt den økonomiske effektivitetsgevinst ved at overlade koordineringen af forbrugerpræferencer og produktionsomkostninger til markedet. Spørgsmålet er så, hvorvidt markedet også fungerer effektivt, når det gælder etik.

I princippet indeholder markedsmekanismer som sådan ikke nogen elementer, som tager højde for etik. Samtidig er der dog en lang række etiske konsekvenser af omsætningen på markeder, og de kan som tidligere nævnt omfatte fælles goder som miljø, dyrevelfærd og sundhed, og derudover også mere lighedsprægede konsekvenser for indkomster og forbrugsmuligheder.

Anvendelsen af markeder som et slags instrument til at fremme etiske målsætninger, fx knyttet til forbrug, kræver dermed, at der indføres en slags etiske mekanismer, som bliver tydelige på markederne.

Den etiske forbruger er et eksempel på en sådan mekanisme, hvor det overlades til den enkelte forbruger på basis af personlige præferencer og

informationsniveau at træffe forbrugsvalg, som fremmer, hvad hun/han finder er "det gode". En stor begrænsning ved den markeds mekanisme er, at det er vanskeligt for forbrugere på baggrund af deres eget individuelle valg at tage hensyn til fælles goder, og at det ofte kan være ganske uoverskueligt at gennemskue, hvilke forbrugsvalg som fremmer etiske værdier.

Et andet eksempel på en mekanisme, som kunne anvendes til at fremme etisk forbrug, er, at der indføres en række rammebetingelser for markederne, som afspejler etiske værdier. Det kan være afgifter på forurening, regler for dyrevelfærd og meget andet, og ideen er, at reguleringen skal afspejle fælles samfundsmæssige prioriteter. Konsekvensen for markedet vil være, at det kan blive dyrere at producere varer som er miljøskadelige, eller som har andre uønskede effekter, og produktionen kan også i nogle tilfælde helt udgå. Samfundet kommer altså ind her og korrigerer markederne, så det bliver synligt, at der er nogle negative etiske konsekvenser for fællesskabet – er det egentlig ikke meget logisk?

Selvom forslaget om at korrigere markedet, så det tager højde for fælles værdier, kan lyde meget logisk, er det værd at holde sig for øje, at dette princip faktisk er i stor modstrid med en stor del af fødevareproduktionen i Danmark og i resten af verdenen. Tag bare økologiske varer, de er blandt andet konkurrencemæssigt svagt stillet ift. konventionelle produkter, fordi vi ikke har særligt skrappe krav til landbruget for miljø, dyrevelfærd og sundhed.

Når vi taler om behovet for reguleringen af markederne for at tage hensyn til etiske værdier, vil jeg igen henvise til Adam Smith, som også beskæftigede sig med moralske aspekter ved markedet i "Nationernes Velstand" (Smith 1981). Udgangspunktet for Smith er, at det er det enkelte menneske, der skal være den primært ansvarlige for egne valg og disse valgs konsekvenser. Forudsætningen for den enkeltes valg var dog i Smiths sammenhæng samtidens kristne moralfilosofi, og disse principper var grundlæggende forudsætninger for den enkeltes valg og dermed for markeder. Det indebærer også, at udstrækningen af markeder iflg. Smith ville være begrænset af, hvad der var moralsk forsvarligt både for den enkelte og for samfundet. Markeder fungerer altså ikke i en slags tomrum, frihedsbegreber for forbrugsvalg er ikke absolutte, men er betinget af samfundsmæssige værdier og etik.

Indkomst og etisk forbrugsvalg

En vigtig etisk konsekvens af udelukkende at satse på den etiske forbruger uden korrektion af markedet for eksternaliteter er, at forbrugernes købekraft og deres samlede del af omsætningen bliver bestemmende for omfanget af, hvor meget præferencer for miljø, dyrevelfærd og sundhed bliver realiseret gennem fødevarerforbrug.

CONCEPTS undersøgelsen (2007) påviser i forhold til forbrugernes valg af økologiske varer, at forbrugergrupper med relativt lave indkomster i mindre omfang efterspørger økologiske varer end mere velstillede grupper. Derudover drager undersøgelsen også konklusioner om, at forbrugergrupper med lavere indkomster, som delvist også er knyttet til lavere uddannelsesniveau, har en lavere prioritering af værdier, som er forbundet med økologi.

Det er værd her at bemærke, at fødevarers andel af en husstands samlede forbrug er stigende med faldende indkomst. Det betyder, at en højere pris på økologiske varer eller andre varer, som er forbundet med etiske principper, vil betyde relativt mere i lavindkomstgruppers samlede fødevarebudget, hvis de valgte at lægge vægt på køb af økologiske produkter som udtryk for etiske præferencer. Det er altså relativt dyrt at være etisk forbruger for lavindkomstgrupper, så disse grupper har sværere ved at realisere etiske forbrugerpræferencer, hvilket jo kan være en del af baggrunden for, at disse grupper tilsyneladende tillægger økologi mindre betydning.

Et andet vigtigt aspekt ved indkomstfordeling og udmøntning af etiske principper for fødevarer er, at når indkomstgrupper i den høje del af skalaen budgetmæssigt har mulighed for absolut set at anvende større beløb på køb af fødevarer end lavindkomstgrupper, så får de velstillede grupper særlig stor indflydelse på, hvor meget vægt samfundet kommer til at lægge på fælles værdier som miljø, dyrevelfærd og sundhed. Populært sagt kan man sige, at pengepungens størrelse afgør de etiske konsekvenser af forbrug.

Økonomiske tab ved kun at satse på etiske forbrugere

Gennemgangen af hvordan begrebet den etiske forbruger kan analyseres i lyset af miljøøkonomisk teori peger på, at en ren individbaseret og ure-

guleret markedsorienteret tilgang til regulering af etiske konsekvenser ved forbrug kan føre til økonomiske tab for forbrugere, producenter og samfundet.

Forbrugere, som ønsker at lægge vægt på etisk baserede værdier gennem deres forbrug, møder en række vanskeligheder. Selv når mærkningsordninger tilstræber let tilgængelig information, er det vanskeligt at gennemskue, om ens egne præferencer for miljø, dyrevelfærd, sundhed og andet bliver opfyldt. Mange undersøgelser viser da også, at forbrugerne har svært ved at vurdere, om fx økologiske varer lever op til deres præferencer. På den måde er det besværligt og usikkert at være etisk forbruger – med fagøkonomisk sprog kan man sige, at der er høje transaktionsomkostninger. Samtidig har etiske forbrugere svært ved at få opfyldt præferencer overfor fælles goder som klimaet, hvor en effektiv regulering jo kræver, at klimaindsatsen indeholder et element af fælles reguleringer indenfor sektorer og på tværs af landegrænser. Samvittigheden er måske bedre, hvis man køber mere klimavenlige fødevarer, men det har ikke isoleret set betydning for de globale klimaændringer. Allervigtigst er det dog, at satsning på etiske forbrugere uden markedsreguleringer er i modstrid med økonomiske effektivitetsprincipper – varerne bliver for dyre, når priserne ikke afspejler samfundsmæssige etiske værdier, og forbruget bliver dermed for lille.

Producenterne af fødevarer lider ligesom forbrugerne også en række tab, når der kun satses på etiske forbrugere. Efterspørgslen efter varer, som lever op til særlige etiske principper, bliver meget usikker og kan være bundet til forbrugergruppers kortsigtede smag og modeluner. Produktionsomkostningerne kan også være relativt høje, uden at det bliver tilstrækkeligt synligt på markederne og i prisdannelsen, at det er værd at købe de særlige varer. Konkurrencesituationen overfor mere konventionel produktion, som måske kan have højere miljøbelastning, bliver på den måde dårlig og unfair, og resultatet vil være, at produktionen af varer, som lever op til særlige etiske kriterier, bliver for lille, set ift. hvad der kunne være optimalt for samfundet.

Set fra samfundets synspunkt betyder den dårlige økonomi for etiske forbrugere og producenter, at det bliver relativt dyrt at opfylde fælles målsætninger for miljø, dyrevelfærd og sundhed, og det bliver dermed sværere at være ambitiøs på de områder.

Litteratur

Alrøe, H.F. og N. Halberg eds. 2008. *Udvikling, vækst og integritet i den danske økologisektor: vidensyntese om muligheder og barrierer for fortsat udvikling og markedsbaseret vækst i produktion, forarbejdning og omsætning af økologiske produkter*. ICROFS-rapport nr. 1. Tjele: ICROFS.

CONCEPTS. 2007. *Hvorfor køber forbrugerne økologi?* København: CONCEPTS.

Jensen, Sanni. 2014. Fakta træder ind i discountkrigen. *Berlingske business*. 13. november

Møller, F. og J.B. Mortensen. 2007. Etik og miljøøkonomi. I *Miljøvurdering på økonomisk vis*, eds. K. Halsnæs, P. Andersen og A. Larsen. København: DJØF forlaget.

Smith, A.. 1981. *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Edited by R.H. Cambell og A.S. Skinner. Indianapolis: Liberty Press.



FAIR TRADE
DRINGER
HERBICIDER
GRØN
MODIFISERT

ØKOLOGISK
BÆREDYGTIG
TRANSPORT
BODYK
Klima
ORGANISKE
BRUG
SITET
GMO
MILJØ
RESSOUR
Klima
GENBRUK
ETISKE
Klima
FAIR
NAT

DEN ETISKE FORBRUGER



Fødevareautonomi og klimavenligt fødevareforbrug¹

Professor Lotte Holm, Københavns Universitet

Fødevareautonomi er et vigtigt begreb, fordi den mad, vi spiser, siger noget om, hvem vi er, hvilken slags mennesker vi er, og hvilken slags mennesker vi ønsker at være. Dogmet om det autonome forbrugsvalg er meget stærkt, men det er på mange måder et dogme, for der er en række forhold, der sætter rammer for vores forbrugsvalg og afgrænser den autonomi, vi har som forbrugere.

Hvad betyder mad og måltider for os?

Først kan vi stille spørgsmålet: hvad handler mad og måltider om? Det handler naturligvis om næring og energi til vores kroppe, så vi kan overkomme vores arbejde og vores liv. Det handler om samvær, og det handler om at skabe og vedligeholde sociale relationer, om at danne fællesskaber, fx i familien. Evolutionsforskere mener, at noget af det, der har kendetegnet mennesket fra starten, er, at vi har tilberedt vores mad, og vi har samlet grupper omkring maden. I de grupper skaber vi så samhørighedsforhold, vi skaber socialitet, og vi opdrager vores børn. Måltidets fællesskaber anses derfor for vigtige for kulturelle overleveringer. Men der er også nogle helt pragmatiske og dagligdags ting forbundet med vores spisning. Det koster noget, vi bruger penge på vores mad, der er arbejde forbundet med at købe ind, lave mad, vaske op og rydde af vejen. Dette daglige arbejde kan man anskue på forskellige måder. Man kan sige, at det er rutinepræget servicearbejde, som kvinder historisk set har leveret for manden og familien. Man kan også se det som et kærlighedsarbejde. Altså som en udveksling af imødekommenhed og kærlighed inden for

¹ Dette indlæg er renskrevet fra en optagelse fra debatdagen 17. november 2014 på Axelborg.



SE VIDEO med Lotte Holm: 'Fødevareautonomi og klimavenligt fødevareforbrug'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-lh

familien. For når man tilbereder et måltid til nogen, så anstrenger man sig for at imødekomme deres ønsker, behov og præferencer og viser på den måde kærlighed.

I vore dage snakker vi også meget om madlavning som et felt for kreativ selvudfoldelse. Vi lever i en verden, hvor de fleste af os arbejder med skærme og papirer, og det at lave mad er et helt anderledes sanseligt og konkret arbejde end det arbejde, vi har i vores arbejdsliv. Det er ét element i hypoteser, som forsøger at forklare, hvorfor er vi så optaget af madlavningsudsendelser i medierne.

Der er selvfølgelig sanselig nydelse forbundet med mad. Ikke bare med at lave mad og stå og dufte til gryderne, men også til at spise den. Undersøgelser af humør og velbefindende viser tre højdepunkter i løbet af dagen, de ligger der, hvor folk sætter sig til bordet og spiser. Det er dér, vi er mest lykkelige. Det peger på, at måltider er forbundet med et stort velbehag, sanselig nydelse og stor glæde for mange mennesker.

Det, vi spiser, har at gøre med vores kropslige velbefindende, hvordan vores kroppe fungerer, hvordan vi har det med dem, og hvad vi kan præstere. Det er en del af vores sundhedspraksis, det er en del af den måde, vi passer på os selv og vores familie på. Der er identitet og selvforståelse forbundet med, hvad vi spiser. Vi vælger mad, som indlejrer os i en bestemt kultur. Vi spiser i overensstemmelse med de normer og regler, der gælder i den kultur, vi lever i. Der er fx ting, vi ikke kunne drømme om at spise, fordi de er for fremmedartede; vi spiser ikke insekter, for det er ikke en del af vores kultur, selv om det er glimrende næringskilder. Den måde, vi spiser på, er indlejret og er en del af et større kulinarisk filosofisk system, som tilskriver betydning til os selv og til verden. Vi styres af konventioner og normer for det passende og det rigtige, som bygger dels på forståelser af fødevarer og deres betydning og dels på konventioner for, hvordan fødevarer skal kombineres i måltider og i måltidssystemer. I det næste vil jeg se på, hvordan disse betydninger og konventioner udspiller sig i forhold til kød, som i forhold til klimaforandringerne jo er en helt central fødevarer.

Køds betydninger og status

Hvis man ser på de symbolske betydninger, der knytter sig til kød og til

grønt - som er det, der i vores del af verden står i modsætningen til kød - så kan man sige, at vi symbolsk og traditionelt associerer kød til muskler, til styrke og til den rå seksualitet (modsat den finere erotik som mere er forbundet med skaldyr). Kød er forbundet med blod, og blod er et meget stærkt symbol. Blod knytter mennesker sammen i slægtskabsbånd, det udtrykker vores temperament – vi kan være varm- eller koldblodige. Blod repræsenterer livet, det ebber ud, når blodet forsvinder. Mennesker kan besvime, når de ser blod. Så det er et stærkt symbol, og det knytter sig til vores kødforbrug.

Kød handler også om magt. Der findes ikke et stærkere magtsymbol end at slå nogen ihjel, fortære dem og på den måde integrere dem i sin egen krop. Det at spise kød kan samtidig ses som en tydelig demonstration af, at man tager magten over naturen. Historisk forbinder vi alle de nævnte symboler, eller i hvert fald mange af dem, med det maskuline. Omvendt forbinder vi grøntsagerne med fred og harmoni, med askese, med det hverdagslige og det almindelige, det sunde, og med det feminine og kvindelige.

I vores madkultur i den vestlige verden er kød centrum for de varme måltider. Det er kødet, der definerer retterne. Skifter man ærterne ud med bønner eller gulerødder ved siden af fx en hakkebøf, så refererer vi stadig til retten på samme måde. Men skifter vi oksekødet ud med svinekød, så er det ikke længere en hakkebøf, så er det en karbonade. På den måde er kødet centrum i måltidet og det, der definerer, rettens karakter og status.

Vi ved fra talrige kostundersøgelser både herhjemme og i andre lande, at mænd spiser og foretrækker relativt mere kød i deres kost, end kvinder gør. Omvendt foretrækker og spiser kvinder relativt set flere grøntsager i deres kost, end mænd gør. Så de symbolske betydninger fletter sig sammen med et kønnet forbrug. Vores forbrug er altså ikke bare et forbrug, det er allerede præget af forestillinger og betydninger, som knytter sig til vores køn og dermed vores identitet.

Måltidskultur

Men kulturelle betydninger handler ikke bare om enkelte måltider, men også om hele vores måltidssystem, som bygger på afbalanceringer mellem forskellige statushierarkier. Hvis vi tager udgangspunkt i, hvor man-

ge ressourcer vi bruger på måltider, hvor mange mennesker der deltager i dem, hvor meget tid der bliver brugt på madlavning, hvor mange kompetencer der indgår, og hvor stor kompleksitet der er tale om, så er der ingen tvivl om, at morgenmaden i vores del af verden har den laveste, og aftensmaden den højeste, status. Vi ved, at der findes et tilsvarende hierarki af vores fødevarer, hvor kornprodukterne rangerer lavest, og kødet ligger højest. Specielt det røde kød ligger højt i hierarkiet.

Vores madkultur fungerer altså efter en bestemt logik, hvor det lavest rangerende, som er morgenmad, også er det måltid, hvor de lavest rangerende madvarer, i dette tilfælde korn, dominerer. Samtidig er korn bestemmende for, hvad vi kalder det, vi spiser. Det hedder fx havregryn eller cornflakes, og det hedder brød eller ristet brød, som vi får til morgenmad.

Dansk madkultur	
Måltider	Fødevarer
1) Middag/aftensmad	Kødet angiver hovedretten Grøntsager Kartofler (erstatte kornprodukter)
2) Frokost	Pålæg navngiver 'maden' Kød, grønt Mindre synlig del: brød
3) Morgenmad	Kornprodukter navngiver retten og udgør den dominerende bestanddel
(O'Doherty Jensen 2002)	

Hvis vi bevæger os opad i hierarkiet til frokosten, så er de lavtrangerende brød og kornprodukter stadigvæk til stede. Men her er kød og grønt også inkluderet, og det er nu dem, der navngiver, hvad det er, vi spiser, ikke kornprodukter. Vi kalder det ikke rugbrødsmadder, men leverpostejsmadder, æggemadder og spegepølse-madder. Pålægget lidt længere oppe i hierarkiet navngiver altså maden ved frokosten.

Mht. aftensmaden, så er det som sagt sådan, at kødet navngiver retten. Der er stadig grøntsager med, og kartoflerne er nu inde og erstatter kornprodukterne – i hvert fald i det traditionelle måltidssystem.

Ovenstående illustrerer, at der er et sindrigt hierarkisk system i den måde, vi spiser på. Men dette hierarki er ikke noget, nogen har besluttet. Der som bekendt ikke lavet love, der bekendtgør, at det er sådan, vi skal gøre, eller regler der forbyder os at lave om på det. Det er indarbejdede konventioner, kulturer og normer, der styrer, hvad der er det rigtige at gøre. Og bryder man med dette system, så er man, i hvert fald i nogle kredse, ilde stedt. Det er eksempelvis ikke velset at invitere middagsgæster på havregrød, selv om der nu er åbnet grødrestauranter i København. Det er altså kulturen, som sætter rammerne for vores fødevarevalg, og som definerer, hvad der er socialt acceptabelt og passende.

Kulturelle forandringer?

Sådan en kultur er selvfølgelig ikke statisk, den forandrer sig hele tiden, og vi kan se i nogle af vores undersøgelser, at der sandsynligvis er et opbrud i forholdet til kød på vej. Der er mange grunde, der kan tale for, at der kunne ske noget på kødområdet. Dels ser vi i dag i mange politiske, filosofiske og kulturelle bevægelser, at kvinder, dyr og natur tildeles en meget højere status, end de gjorde for 30-40 år siden. Vi ser også, at frugt, grønt og fisk tildeles langt højere status. I dag kan pæne mennesker godt invitere gæster og servere fisk for dem. Vi ser, at det røde kød har fået en lidt lavere status, og ikke er en selvfølgelig del af alle de gode måltider længere. Når vi interviewer folk, så er det tydeligt, at hakket kød nu ikke længere er et højt vurderet gode, men nærmere noget, som ligger som en lagervare i fryseren. Det hvide kød har fået højere status, og kød er ikke længere det helt naturlige centrum for måltidet.

Hvis vi ser på mange af de nye retter, som er almindelige måltider i dag, fx spaghetti bolognese, chili con carne, lasagne og hele det asiatiske køkken, så optræder kød i en helt anden rolle. Det er ikke centrum for måltidet, men optræder i stedet som en ingrediens på linje med alle mulige andre. I det asiatiske køkken kan and, okse eller svinekød indgå i de samme retter. Her er det er saucen, der bestemmer, hvad retten navngives.

Man kunne på den måde forestille sig et skred i vores madkultur, hvor kød i højere og højere grad bliver en ingrediens på linje med alle mulige andre ingredienser. Det underbygges af, at når vi har spurgt folk, om de savner kød i et varmt måltid uden kød, er det i gennemsnit kun 46 % af de voksne danskere, som karakteriserer sådan et måltid som ufuldstændigt.

Når vi undersøger, hvem der karakteriserer et måltid uden kød som ufuldstændigt, så er det klare billedet, at det er dem, som bekender sig til en meget traditionel madkultur. Folk, der spiser mere moderne - og flere udenlandske retter - er i meget højere grad villige til at skære ned på kødet og spise måltider uden kød. Det peger på, at som en mulig klimastrategi er en reduktion af kødforbruget i en vis overensstemmelse med den praksis, som ser ud til at udvikle sig hos i hvert fald dele af befolkningen.

Tilkendegivelser om klimavenligt forbrug

I en nordisk undersøgelse har vi spurgt til befolkningens opfattelser af klimavenligt fødevarerforbrug i fire nordiske lande (Niva et al. 2014). Vi spurgte til, om folk allerede praktiserer forskellige former for klimavenligt fødevarerforbrug – om de har lyst til at praktisere det – om de evt. har lyst til at praktisere det men ikke rigtigt ved hvordan – eller om de ville sige, at det gider de ikke, eller det har de ikke lyst til.

Undersøgelsen viser, at nogle klimavenlige praksisser er ret populære blandt alle 4 nordiske befolkningsgrupper. Fx det at købe lokalt og regionalt, at undgå overdreven emballage (især meget populært i Finland), og købe økologisk. Det er jo indkøbspraksisser, som forbinder sig med andre praksisser og hensyn. Det at købe lokalt er fx i Danmark indlejret i en samtale om, hvordan vi får et mere spændende vareudbud, en højere fødevarer kvalitet, og hvordan vi opmuntrer de små producenter, som satser på økologiske høj kvalitetsprodukter. Emballage har været en vigtig diskussion i Finland, hvor den er koblet til affaldsproblematikken. Den forbinder sig også med en langvarig tradition for at foretrække mad, der er lavet af friske råvarer. Mange forsøger derfor at undgå industri-fremstillede produkter, og det er oftest disse produkter, der har meget emballage. Den økologiske diskurs er velkendt i hele Norden - og især i Danmark.

Men der er andre klimavenlige praksisser, som er mindre populære. Fx er der næsten ingen af de adspurgte, som prøver at undgå fødevarer, som er transporteret med fly. Der er en del, der godt kunne tænke sig undgå sådanne varer, men ikke ved, hvordan de skulle bære sig ad, og andre synes, det er noget pjat. Men det er et eksempel på en klimavenlig adfærdsform, som ikke er italesat. Man ved ikke, hvordan man skal agere, og der ikke er

noget, der kan hjælpe én til at finde ud af, hvad der er fløjet ind, og hvad der ikke er.

Det at spise sæsonens frugt og grønt er heller ikke specielt populært. Der er mange, der gør det, og der er også dem, som synes, det er en god idé. Der er dog også mange, der er modstandere af det. Måske strider det mod hensynet til en varieret kost. I Norden kan sæsonens frugt og grønt godt blive ensformigt og ikke særligt spændende.

Det mindst populære er imidlertid koblet til kødet. Når man spørger folk, om de er interesseret i at spise kød max 2 gange om ugen eller spise det i mindre portioner, svarer næsten halvdelen af befolkningerne, at det gør de ikke, og har heller ikke i sinde at gøre det. Så hvis vi beder folk via det frie forbrugsvalg om at spise mindre kød, så er der en udfordring. Det er tilsyneladende ikke dér, folk står i kø for at vælge anderledes.

At fremme et klimavenligt forbrug

Hvordan kan man fremme en klimavenlig madpraksis? Jeg har forstået, at fire vigtige elementer i et klimavenligt madforbrug er: at undgå madspild, at nedbringe forbruget af kød, at være opmærksom på den transport, der finder sted mellem butikker og hjem og at nedbringe energiforbruget til madlavningen. Spørgsmålet er, om vi kan forandre disse fire elementer i vores madpraksis og samtidig forsætte med at leve et normalt og behageligt liv. Et liv som er både socialt og personligt acceptabelt, samtidig med at vi opnår alt det gennem vores fødevareforbrug, som jeg startede med at nævne, fx samvær, kropslig nydelse, identitet og kreativ selvudfoldelse.

Der er tre måder, man traditionelt anskuer forbrugeren på, når det handler om at få denne til at ændre vaner. Man kan anskue forbrugeren som en rationel person, som vælger på en måde, som optimerer forholdet mellem pris og kvalitet. Skal man påvirke forbrugeren, skal man i denne optik satse på oplysning, mærkning og information. Andre lægger i højere grad vægt på, at forbrugers adfærd er styret af værdier og holdninger. Måden, man forsøger at påvirke dem, er gennem social marketing og holdningspåvirkning. Og så er der nogle, der lægger vægt på, at forbrugeren handler ubevidst. Altså at de er styret af vaner og automatisk adfærd.

I den forbindelse er man optaget af 'nudging' som en måde at lokke folk til og puffe dem i andre retninger end dem, de automatisk styrer efter.

Jeg vil foreslå et fjerde perspektiv, som er et praksis perspektiv. Det går ud på, at man ser menneskers købspraksis som toppen af isbjerget. Det er det, vi kan se, mennesker gør, fx hvad de køber i butikkerne. Men disse handlinger er en del af en større helhed, som også omfatter de sociale normer, konventioner, forventninger og betydninger, som ligger bag valget. Jeg har nævnt nogle af dem i forhold til kød. Men helheden omfatter også de videnskompetencer og færdigheder, folk har lært sig i deres liv gennem social interaktion med andre mennesker og gennem uddannelse. Og den omfatter den sociale fordeling af kompetencer mellem forskellige aktører. Og så handler det om den infrastruktur, som styrer, hvad vi kan, hvornår vi kan, og hvorhenne vi kan. Og de redskaber og de materielle genstande og ting, vi omgiver os med.

Alle de elementer skal ses som en sammenhæng, som påvirker vores fødevarevalg. Hvis man ser på fødevarevalget på den måde, så står det klart, at forandringer af madpraksis ikke udelukkende handler om at få forbrugeren til at vælge anderledes. Det behøver ikke være i centrum, men derimod spørgsmålet om hvordan vores madpraksis kan omorganiseres. Der kunne stilles nogle bredere spørgsmål som fx: vil e-handel være en god måde at begrænse energiforbruget på? Vil det skabe nye og mere energibesparende transportmønstre? Vil det skabe mindre madspild? Vil vi altså fx kunne få et meget mere konsistent madsystem med mindre madspild, hvis vi satser samfundsmæssigt på at øge e-handelen?

Kunne vi ændre vores måltidspraksis og spise flere varme måltider i skoler, daginstitutioner og på arbejdspladser? Kunne vi på den måde lave mindre mad i hjemmet og spare energi og tid i hjemmene? Kunne vi tænke os, at den danske måltidsrytme kom til at ligne den finske og svenske, hvor man spiser kold mad om morgenen, varm mad midt på dagen og kold mad om aftenen? Ville det umiddelbart blive opfattet som en lettelse for nogle danskeres måltidsrytme, fx de mange, der bor i en-personers husholdninger?

Kunne man i familier også have et glimrende familiemåltid omkring et koldt måltid, hvis alle havde fået varm mad dér, hvor de var om dagen?

Eller kunne man tænke sig, at man helt opløste den hovedmåltidskultur, vi har, og i højere grad spiste snack-måltider?

Kunne vi ændre madlavningen ved fx at satse på take away, folkekøkkener og/eller kantine take away? Kunne, der køre biler rundt i gaderne medbringende boller i karry og chili con carne, ligesom der kører isbiler? Der er alternative måder at fremme et mere klimavenligt forbrug på, og måske kan de indrettes, så mennesker oplever at deres hverdag bliver nemmere, bedre, mere spændende.

En del af en sådan indsats er naturligvis at udbrede en bæredygtig madkultur, hvor kød fx spiller en mere underordnet rolle. Det er der mange kræfter, der allerede gør, og den bliver også allerede udbredt fx gennem kogeboøger, madkundskab i skolen, madlavningskurser osv.

Vi er blevet spurgt, om "vi kan overlade ansvaret til den etiske forbruger?" Det kan vi selvfølgelig ikke. Men jeg mener, at de etiske forbrugere har en meget vigtig rolle at spille ved at vise, at der er alternative måder at forbruge på. De er med til at skabe et lille marked, så nogle kan komme i gang med at producere anderledes. Men de kan naturligvis ikke tage ansvaret, for sociale praksisser på samfundsniveau er komplekse enheder, og de ændres ikke af individer alene, men gennem en indsats af mange forskellige aktører. Sociale praksisser kan påvirkes og ændres – også i klimavenlig retning – men det kræver strategisk refleksion og koordineret ansvar

Litteratur

Niva, M., J. Mäkelä, N. Kahma og U. Kjærnes. 2014. Eating Sustainably? Practices and Background Factors of Ecological Food Consumption in Four Nordic Countries. *Journal of Consumer Policy*. Vol. 37, no. 4: 465-484.

O'Doherty Jensen, K. 2002. *The Contribution of Cognitive Semantics to the Development of Sociological Theory of Food Culture and Food Practices*. Frederiksberg: Department of Human Nutrition, The Royal Veterinary and Agricultural University.

Klimaproblemet og barrierer for den enkelte borgers handling

Professor Jesper Ryberg, Roskilde Universitet

Der er inden for de sidste 10-15 år gennemført en lang række studier af befolkningers syn på klimaforandringerne. Man har for eksempel undersøgt, hvor meget helt almindelige borgere ved om den globale opvarmning, hvordan den påvirker dem, og hvordan de reagerer på den. Der er tillige gennem de seneste år lavet en del psykologiske eksperimenter, der har undersøgt, hvad der influerer på folks vurderinger og adfærd i forhold til den globale opvarmning.

Men hvorfor studere almindelige menneskers opfattelse af, og reaktioner på, klimaforandringer? Hvis man ønsker at forstå, hvorfor der ikke tages de initiativer, der er nødvendige for at modvirke de mange alvorlige konsekvenser, som klimaforandringerne fører med sig, er det så ikke mere oplagt at undersøge, hvad der påvirker og motiverer vores politikere og de politiske beslutningsprocesser?

Der er naturligvis rigtig mange forhold, der medvirker til, at det er overordentlig vanskeligt at træffe den type aftaler, der skal til for at modvirke de mangfoldige konsekvenser af den globale opvarmning. Spørgsmålet "Hvorfor gøres der ikke mere?" har ikke noget enkelt svar. Men det er oplagt, at hvis man skal forstå, hvad det er for barrierer, der ligger i vejen for, at man kan opnå de aftaler, der er nødvendige for at modvirke følgerne af klimaforandringerne, så er det ikke nok snævert at studere de politikere, der formelt har beslutningsmagten. Man bliver også nødt til at vide, hvad der rører sig – eller ikke rører sig – i befolkningen.



SE VIDEO med Jesper Ryberg: 'Klimaproblemet og barrierer for den enkelte borgers handling'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-jr

Det er i den brede befolkning, at politikere finder deres mandat til at træffe politiske beslutninger. Uden en fornøden vælgeropbågning er der ikke mange politikere, der vil se en interesse i at træffe beslutninger, uanset hvor vigtige de måtte være for fremtiden. Er der derimod tale om en populær sag, ændres billedet naturligvis meget. Hertil kommer, at der også er andre grunde til at søge at blive klogere på befolkningens syn og reaktioner. En række politiske tiltag vil være direkte afhængige af, hvordan de påvirker borgernes beslutninger om deres daglige levevis, for eksempel forbrugervaner og energiforbrug. Uden en forståelse af hvad der motiverer folk, kan et politisk tiltag vise sig virkningsløst. Endelig er der den yderligere grund, at indsigt i befolkningens opfattelse og adfærd kan bruges til at etablere rammer, der gør det lettere for den enkelte borger selv at yde et bidrag til at modvirke effekterne af klimaforandringer. Kort sagt, hvis de beslutninger og adfærdsmændringer, der skal til for at modvirke de alvorlige følger af den globale opvarmning, retter sig mod den almindelige befolkning, er det nødvendigt at forstå befolkningen.

I det følgende skal vi kort se på nogle resultater af studier af befolkningens syn og reaktioner på klimaforandringerne. Mere præcist vil det blive skitseret, hvad der er af barrierer for den almindelig borgers engagement i klimaproblemet. Naturligvis er der mange typer af hindringer, der kan ligge i vejen for en borgers følelses- og adfærdsmæssige reaktioner. Hvis man fx ønsker at benytte kollektiv trafik, men ikke har mulighed for det i det område, hvor man bor, er det en oplagt barriere. Eller hvis man ønsker at omlægge sin forbrugeradfærd i klimavenlig retning, men der ikke er mulighed for det i det vareudbud, der findes, så er det en hindring. I det følgende skal vi imidlertid ikke se på de samfundsmæssige barrierer, men derimod det der normalt kaldes individuelle barrierer, altså de forhold af videnskæssig og psykologisk art der hindrer den enkelte borgers adfærdsmæssige reaktioner på klimaproblemerne.

Befolkningens viden

En første meget simpel forudsætning for at reagere på et problem er naturligvis, at man kender til problemet. Ser man på de mange befolkningsundersøgelser, der er lavet, så er det klart, at stort set alle borgere i dag har hørt om "klimaforandringer" eller "global opvarmning". Men det er tillige klart, at dette ikke er det samme som, at man har viden om problemet.

En række undersøgelser har vist, at den globale opvarmning ofte blandes sammen med andre typer af problemer (fx nedbrydning af ozonlaget). Hertil kommer – og måske mere vigtigt – at en del folk tilkendegiver usikkerhed med hensyn til pålideligheden af den videnskabelige forskning, der afdækker klimaproblemets omfang og leverer fremskrivninger af konsekvenserne. I en større engelsk undersøgelse konkluderede forskerne blandt andet at ”Mange af vores deltagere var usikre med hensyn til realiteten og alvoren af klimaforandringerne, fordi de følte, at den videnskabelige evidens var upålidelig, ufuldkommen eller modsætningsfuld ...” (Lorenzoni 2007). Et forhold, man også i andre sammenhænge har studeret vedrørende folks forståelse af videnskab, er, at begrebet ”usikkerhed” – der er en standard-term i videnskabelig forskning, og som (sammen med andre probabilistiske termer) indgår på hver eneste side i rapporterne fra IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) – kan føre til misforståelse og usikkerhed blandt folk, der ikke er videnskabeligt trænet. Endvidere pegede den engelske undersøgelse på, at uenighed blandt politikere med hensyn til klimaproblemets alvor også kan skabe befolkningsmæssig usikkerhed om klimaproblemet. Det må i den forbindelse huskes, at der i en del lande løbende har været politikere – herunder også absolutte toppolitikere – der har afvist, at der skulle eksistere et menneskeskabt klimaproblem.

Befolkningens bekymring

Selvom der altså findes en vis usikkerhed med hensyn til klimaproblemets omfang, så er det dog et faktum, at mange mennesker i dag anser den globale opvarmning for et problem. I hovedparten af de lande, hvor der er foretaget undersøgelser, svarer omkring tre fjerdedel af befolkningerne, at de anser klimaforandringer for et ”alvorligt” eller ”meget alvorligt” problem (fx er tallene i USA 75%, i Rusland 73%, i Japan 97 % og i Brasilien 96%). Ud fra den slags vurderinger er det nærliggende at tro, at folk dermed også er motiveret til at handle på måder, der kan modvirke problemerne. Helt så enkelt forholder det sig dog ikke.

For det første må det nævnes, at selvom mange altså peger på den globale opvarmning som et alvorligt problem, så er der også mange andre problemer, som folk i almindelighed anser for alvorlige. Ser man på undersøgelser der sammenligner folks vurderinger af forskellige samfundsmæssige problemer, ligger klimaforandringerne ofte et stykke nede på

listen (under problemer vedrørende økonomi eller muligheden for terrorisme). En amerikansk undersøgelse viste, at den globale opvarmning blev rangeret som nummer tyve ud af tyve presserende samfundsmæssige problemer. (American Psychological Association, p. 127)

For det andet er det velkendt, at selvom vi mennesker har kendskab til et problem, så er dette langt fra i sig selv nok til, at vi handler på måder, der bidrager til at løse problemet. En forudsætning for handling er, at vi påvirkes følelsesmæssigt af problemet. Det er i den følelsesmæssige reaktion, at drivkraften for handlen ligger. Men netop i denne henseende er der åbenlyse barrierer i den måde, vi psykologisk er indrettet. Et gennemgående svar i de forskellige undersøgelser, der er lavet af folks vurderinger af klimaproblemet, er, at problemet betragtes som et, der ikke vedrører folk personligt. Tværtimod er det et almindeligt udbredt syn, at konsekvenserne af den globale opvarmning ligger ude i fremtiden, og at de vil ramme andre steder i verden. Meget få anskuer klimaændringer som et fænomen, der har betydning i deres nære miljø. Men det er velkendt, at problemer, der opfattes som værende på afstand – såvel tidsligt som geografisk – har langt sværere ved at anspore os til handling. Vi har meget let ved at ignorere problemer, der finder sted fjernt fra os, og vi har en klar ”fremtidsblindhed” i den forstand, at vi typisk nedskriver værdien af omkostninger, når blot de udfoldes i den mere fjerne fremtid.

Et forhold, der måske hænger sammen med menneskers begrænsede reaktioner på tidsligt og geografisk distancerede problemer, og som generelt spiller en stor rolle for vores følelsesmæssige engagement i en sag, er, hvor konkret et problem fremstår i vores bevidsthed. Den amerikanske Harvard-professor, Cass Sunstein, har beskrevet dette forhold mere indgående (Sunstein 2007). Sunsteins sigte var at undersøge, hvorfor der har været så forskellige samfundsmæssige reaktioner på henholdsvis den terrortrussel, der har præget den første dekade i det nye årtusind, og på klimaproblemet. Mens terrortruslen har afstedkommet omfattende og hurtige politiske reaktioner, har reaktionerne på de klimamæssige udfordringer været langt mere begrænsede (også selvom følgerne af mulige terroranslag – hvor grufulde de end måtte være – er langt mindre omfattende, end de forventede følger af den globale opvarmning). Et af de svar, Sunstein peger på, er betydning af konkrete erfaringer.

Til illustration nævner han sine egne personlige erfaringer som allergiker. Velvidende at han led af en alvorlig skaldyrsallergi, havde han levet ganske roligt og blot sørget for at undgå skaldyr, når han spiste hos bekendte eller på restaurant. I forbindelse med et besøg på en kinesisk restaurant fik han imidlertid et voldsomt tilfælde af vejrtrækningsbesvær og måtte hasteindlægges på et hospital. Den middagsret, han havde spist, havde åbenbart været i kontakt med skaldyr. Han kom sig dog nogenlunde hurtigt, men oplevelsen kom til at præge ham efterfølgende. Når han var på restaurant, var han nu langt mere nervøs, end han tidligere havde været. Reelt var risikoen for, at han ved en fejl skulle få mad, der havde været i kontakt med skaldyr, helt den samme, som da han spiste på restaurant før hændelsen. Men hans reaktion på risikoen var ændret. Mens risikoen før blot havde haft karakter af en mere abstrakt viden om de mulige resultater ved skaldyrsindtag, havde han nu et meget klart billede af konsekvenserne, og dermed tillige en langt kraftigere følelsesmæssig reaktion på risikoen.

Det er ikke svært at pege på andre eksempler på, hvordan det, at have meget konkrete erfaringsbaserede billeder af en risiko i bevidstheden af en risiko, bidrager til at trigge en følelsesmæssig reaktion. Har man været udsat for et overfald under en aftentur, vil ens frygt være langt større, også selvom risikoen er helt den samme, som før man blev overfaldet. Tilsvarende ved man, at folk køber langt flere ulykkesforsikringer umiddelbart efter, at uheldet har været ude, uanset at risikoen er uændret. Sunstein mener, at der her ligger en forklaring på forskellen i de reaktioner, der har været på risikoen for terroranslag og på klimaproblemet. Mens terror fremkalder meget klare billeder – hvem ser ikke de sammenstyrtende Tvillingtårnene for sit indre blik, når man tænker på terror? – har de fremtidige følger af den globale opvarmning en langt mere abstrakt karakter, der måske for manges vedkommende blot beløber sig til en ukonkret opfattelse af mulige, ubehagelige følger.

Mere generelt kan man sige, at en væsentlig psykologisk barriere for handling i forhold til klimaproblemet ligger i det forhold, at konsekvenser, der udspiller sig på afstand i geografisk og tidslig forstand, ofte ikke foranlediger meget andet end en abstrakt forståelse af problemets karakter. En klimaforsker har udtrykt dette ved at sige, at folks bekymring

for klimaet er flere kilometer bred, men kun nogle få centimeter tyk (Vasi 2009). Vi mangler med andre ord den basale følelsesmæssige reaktion, som ofte er drivkraften bag handling.

Det personlige ansvar

Et forhold, der har stor betydning for vores tilbøjelighed til at handle, er, hvilken grad af personligt ansvar vi synes, vi har, for at et problem er opstået. Forskerne bag den tidligere omtalte engelske undersøgelse skrev således at "Af de mange deltagere som følte, at der kunne gøres noget ved klimaforandringerne, placerede mange ansvaret for at have forårsaget forandringerne ... hos andre (individer, regeringer, virksomheder, industri og andre lande) ..." (Lorenzoni 2007). Netop vores oplevelse af, hvad der er årsag til et problem, har stor betydning for vores reaktion. Hvis man vælter en anden persons kaffekop, falder det én helt naturligt, at man tørrer kaffen op. Naturligvis er det venligt af andre, hvis de hjælper. Men netop fordi man var den, der faktisk væltede koppen, føler man det oplagt, at ansvaret for at rette op på skaden tilfalder én selv. Med andre ord så spiller det, at man er den fysiske årsag til en skade, i udpræget grad ind på ens vurdering af, om man bør gøre noget for at bedre situationen.

Men netop i forbindelse med et problem som den globale opvarmning er det svært for den enkelt borger at få øje på sit eget bidrag til problemet. Og det er ikke underligt. For det første er det enkelte individs bidrag til temperaturstigningen reelt lille. For det andet er den præcise forbindelsen mellem ens personlige forbrug af drivhusgasser og de problemer, der følger – som for eksempel at Indlandsisen smelter – mildest talt uigenkendskuelig. Men dermed mindskes den handlingstilskyndende effekt, der ligger i, at man oplever sig som årsag til problemet.

Oplevelsen af andres passivitet

Naturligvis er det ikke nødvendigvis sådan, at man selv skal være årsag til et problem, for at man føler en tilskyndelse til at prøve at afhjælpe det. Er der et barn, der falder i vandet, kan det sagtens være, at man træder hjælpende til, også selvom man ikke var grunden til, at barnet endte i vandet. Men når det gælder vores tilbøjelighed til at handle, når vi ikke selv er årsag til et problem, er det et andet velkendt forhold, der spiller ind, nemlig at vi mennesker i høj grad er påvirket af, hvordan andre omkring os handler. Et simpelt eksperiment illustrerer med al tydelighed vores påvirkelighed.

I eksperimentet deltog en række studerende, der hver for sig blev bedt af en kvindelige forsøgsleder om at udfylde et skema. Skemaet skulle udfyldes på et kontor, hvor der kun var den studerende og forsøgslederen til stede. Da den studerende havde fået skemaet, gik forsøgslederen om bag et forhæng, hvorefter hun fingerede, at hun faldt (den studerende kunne høre støjen og hendes udbrud). 70 % af de studerende, der var vidne til dette, tilbød umiddelbart deres hjælp. For en del af de studerende ændrede man imidlertid scenen en lille smule. I stedet for, at hver studerende skulle udfylde skemaet alene, var der placeret en anden person i rummet. Den person var i virkeligheden skuespiller, og var instrueret i ikke at reagere på det fingerede uheld. Og dette ændrede de studerendes adfærd markant. Siddende ved siden af den passive person var det nu kun 7% af de studerende, der tilbød kvinden deres hjælp.

Der er lavet mange tilsvarende eksperimenter, der har ledt til samme resultat, nemlig at der tilsyneladende eksisterer det, der er blevet kaldt en ”tilskuereffekt”, altså at andres fravær af handling har en passiviserende virkning på en, selv når man synes, at man burde gøre noget. I en række af de undersøgelser, der er lavet af folks vurderinger og reaktioner på klimaproblemet, peges der da også på, at andre omkring én ikke har ændret deres adfærd på måder, der kan modvirke problemet, og at man heller ikke tror, andre overhovedet er villige til at gøre noget sådant (Lorenzoni 2007; Whitmarsh 2011).

Usikkerhed mht. hvad man kan gøre

Selvom man er fuldt bekendt med den globale opvarmning og de voldsomme konsekvenser, der følger, hvis ikke udledningen af drivhusgasser reduceres kraftigt, og selvom man tillige er reelt bekymret og ikke i øvrigt påvirket af andre af de effekter, der er nævnt i det foregående, så er det ikke ensbetydende med, at man ændrer sin levevis eller sine handlingsmønstre. Sidstnævnte kræver, at man har en viden om – eller i det mindste tro på – at man kan gøre noget.

I et større studie foretaget i to amerikanske byer (Portland og Houston) var den hyppigst anførte grund blandt de, der tilkendegav, at de ikke havde ændret adfærd som følge af klimaproblemet, at de ikke vidste, hvad de skulle stille op (Semenza et al. 2008). Denne type forklaring dækker over lidt forskellige vurderinger. Nogle føler reelt ikke, de ved, hvilke ændrin-

ger i adfærd der kan spille ind på udledningen af drivhusgasser. Et andet synspunkt – der genfindes i en række undersøgelser – er, at selvom man godt ved, hvad der bidrager til udledningen af drivhusgasser (fx ens trafikvaner), så mener man, at en ændring i ens handlingsmønstre reelt vil være uden effekt, når andre ikke også ændrer deres adfærd. Fraværet af individuelle handlinger begrundes således med, at der er tale om et rent kollektivt problem, der ikke kan takles af den enkelte. Endelig er der på tværs af undersøgelser også en del adspurgte, der eksplicit tilslutter sig et såkaldt fatalistisk synspunkt, nemlig at klimaproblemet allerede har udviklet sig så vidt, at det reelt ikke længere kan modvirkes (Lorenzoni 2007).

Opsamling

Udgangspunktet for de punkter, der er fremdraget i det forrige, har været, at muligheden for at foretage reduktioner i udledningen af drivhusgasser ikke alene afhænger af politikere og industri, men tillige – og måske i væsentlig grad – af civilsamfundet. Det er derfor nødvendigt at få en forståelse af hvilke faktorer, der spiller ind på folks vurderinger og handlingsvillighed. Det, der er opridset her, er nogle af de barrierer, der ligger i vejen for, at folk engagerer sig i klimaproblemet på en sådan måde, at det påvirker deres adfærd. Skal man sammenfatte punkterne, kan man kort sige, at muligheden for et engagement for det første er betinget af, at man har den fornødne viden om klimaproblemets realitet og alvor. For det andet at engagementet følger af, at problemet fremstår på en måde, der er reelt handlingsansporende. For det tredje at det skal være klart for én, hvordan et ønske om at gøre noget lader sig realisere. Givet disse forhold, er de anførte betingelse for det enkelte individs bidrag ikke overraskende. Men et fortsat og langt mere udbygget studie af, hvad der ligger under disse overskifter, suppleret med viden (som ikke har været berørt her) om de variation, der er mellem mennesker på tværs af fx geografiske, sociale og andre skel, kan vise sig afgørende i de fremtidige bestræbelser på at modvirke den globale opvarmning og dens omfattende konsekvenser.

Litteratur

American Psychological Association. 2011. *Psychology and global climate change*: www.apa.org/science/about/publication/climate-change.aspx. Lokaliseret 21. november 2014.

Brody, S.D., S. Zahran, A. Vedlitz og H. Grover. 2008. Examining the relationship between physical vulnerability and public perceptions of global climate change in the United States. *Environment and Behavior* vol. 40, no. 1: 72-95.

Budescu, D.V., S. Broomell og H. Por. 2009. Improving Communication of Uncertainty in the Reports of the Intergovernmental Panel on Climate Change. *Psychological Science* vol. 20, no. 3: 299-308.

Corner, A., E. Markowitz og N. Pidgeon. 2014. Public engagement with climate change: The role of human values. *WIREs Climate Change* vol. 5, no. 3: 411-422.

Ferguson, M.A., og N.R. Branscombe. 2010. Collective guilt mediates the effect of beliefs about global warming on willingness to engage in mitigation behavior. *Journal of Environmental Psychology* vol. 30, no. 2: 135-142.

Fischhoff, B. og A.L. Davis. 2014. Communicating scientific uncertainty. *PNAS* vol. 16.

Lorenzoni, I., S. Nicholson-Cole og L. Whitmarsh. 2007. Barriers perceived to engaging with climate change among the UK public and their policy implications. *Global Environmental Change* vol. 17 no. 3-4: 445-459.

Petersen, T.S. og J. Ryberg red. 2011. *Klima og etik*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.

Semenza, J.C., D.E. Hall, D.J. Wilson, B.D. Bontempo, D.J. Sailor og L.A. George. 2008. Public perception of climate change: Voluntary mitigation and barriers to behavior change. *American Journal of Preventive Medicine* vol. 35, no. 5: 479-487.

Sunstein, C. 2007. *Worst-case scenarios*. Boston: Harvard University Press.

Vasi, I.B. 2009. New heroes, old theories? In *An introduction to social entrepreneurship*, eds. R. Ziegler. UK: Edward Elgar.

Whitmarsh, L. 2009. Behavioural responses to climate change: Asymmetry of intentions and impacts. *Journal of Environmental Psychology* vol. 29, no. 1: 13-23.

Whitmarsh, L., G. Seyfang og S. O'Neill. 2011. Public engagement with carbon and climate change: To what extent is the public "carbon capable"? *Global Environmental Change* vol. 21, no. 1: 56-65.

Vi kan ikke redde verden med indkøbskurven

Direktør Lars Pram, Forbrugerrådet Tænk

Der findes tal, der viser, at forbrugerne gerne vil handle mere ansvarligt i forhold til nogle af samfundets etiske udfordringer – men alligevel ikke altid gør det. Fx siger et solidt flertal af danskerne, at de gerne vil undgå buræg. Alligevel er knapt halvdelen af de æg, der bliver solgt i danske butikker, fra burhøns.

Denne forskel mellem tale og handling skyldes ikke - som nogen nok kunne fristes til at konkludere - at vi forbrugere kun tænker med pengepungen, og så i øvrigt lystigt pudser den etiske og politisk korrekte glorie, når der skal besvares spørgeskemaer om vores indkøb.

Hvis vi dykker ned i forbrugernes dagligdag, er forskellen mellem tale og handling derimod et symptom på, hvorfor samfundsudfordringerne indenfor fx dyrevelfærd, miljø, klimaforandringer og arbejdsforhold ikke egner sig til at blive løst af forbrugerne alene. Vi har selvfølgelig alle – forbrugere, virksomheder og politikere – et ansvar for, at verden udvikler sig etisk forsvarligt, men forbrugerne kan ikke løfte ansvaret alene.

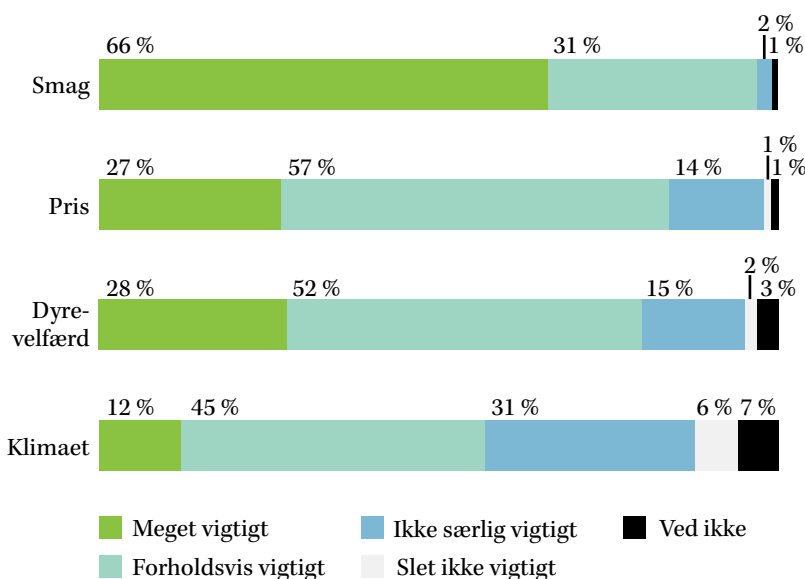
Det kan være nærmest umuligt for forbrugerne at få et samlet overblik over, hvad vores valg i køledisken har af betydning for forskellige etiske problemstillinger. I forhold til buræg-eksemplet kan man hævde, at forbrugerne, selvom de køber æg fra fritgående høns, gennem deres øvrige indkøb risikerer at støtte produktionen af buræg. Langt de fleste af de æg, der bruges i forarbejdede fødevarer, som fx kage, brød og pasta, er nemlig æg fra burhøns.



SE VIDEO med Lars Pram: 'Vi kan ikke redde verden med indkøbskurven'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-lp

Hvor vigtige er forskellige faktorer, når du køber fødevarer? (N=1.006)

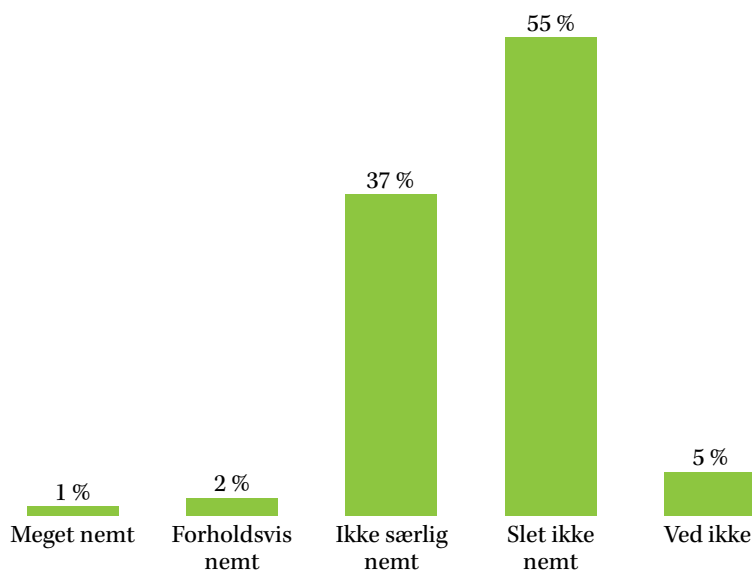


Det underbygges af en undersøgelse fra november 2014, hvor vi i Forbrugerrådet Tænk har fået svar fra godt 1000 forbrugere på, hvor vigtige forskellige forhold er for dem, når de køber fødevarer. Cirka 6 ud af 10 af de adspurgte svarer, at "Fødevareproduktionens påvirkning af klimaet" er vigtigt eller meget vigtigt for dem, når de handler fødevarer. Samtidig svarer 9 ud af 10, at de ikke synes, at det er nemt at vurdere fødevareproduktionens klimaaftryk, når man står i supermarkedet.

Det kan også være ganske komplicerede valg, man står overfor som klimabevidst forbruger. Fx giver det af klimamæssige årsager umiddelbart god mening at købe lokalt producerede fødevarer, hvor transporten har været kort og CO₂-udledningen derfor mindre. Alligevel forholder det sig sådan, at tomaterne fra Spanien klimamæssigt kan være et bedre valg end danske tomater, der er dyrket i drivhus.

Og det var bare overvejelser omkring tomaterne. Det er næsten umuligt at forholde sig til alle de ting, man som bevidst forbruger kan overveje, inden man er nået gennem hele indkøbslisten. Derfor giver det ikke me-

Hvor nemt synes du, det er at vurdere en fødevarers påvirkning af klimaet, når du står i butikken? (N=1.006)



ning at lade det være alene op til forbrugerne via deres valg at fastsætte de standarder, vi som samfund ønsker. Og derfor giver det heller ikke mening at klandre forbrugerne for ikke altid at handle lige efter deres politiske overbevisning. Det er helt legitimt at ønske bedre forhold for dyr, være bekymret over menneskeskabte klimaforandringer og håbe på bedre arbejds løn til bjergbønder i Sydamerika, uden at man selv skal påtage sig hele ansvaret for at forbedre situationen alene gennem sine valg i supermarkedet.

Der har over de seneste år været en tendens til, at politikere og virksomheder, der gerne vil adressere etiske problemer i fødevarerproduktionen, foreslår mærkningsordninger.

Mærkning kan være et glimrende redskab, og der findes i dag en række fødevarer mærkningsordninger, der involverer etiske og miljømæssige aspekter, som vi i Forbrugerrådet Tænk støtter. Det drejer sig om fx Økologi, Frilandsmærket, Fairtrade og MSC-mærket.

Disse mærker opfylder de helt basale krav, som vi forbrugere må stille til et troværdigt mærke. Nemlig at de ikke vildleder, at de bliver uafhængigt kontrolleret, og at de angiver en standard, der er væsentligt bedre end normalniveauet.

Overordnet set støtter vi mærkningsordninger, der kan hjælpe den særligt interesserede forbruger til at træffe et godt valg, og som samtidig kan være lokomotivet for at trække fødevareproduktionen i en "ansvarlig" retning. Men vi er ved at være nået en grænse for, hvor mange mærker forbrugeren kan kapere. Blandt andet på grund af de mange private mærker, der popper op fra producenter og detailhandel. Samtidig er ikke alt egnet til mærkning; vi støtter fx ikke et specifikt klimamærke, da der er alt for meget variation inden for samme varegruppe, og det dermed er alt for svært at opstille klare kriterier.

Desuden er det politisk helt afgørende, at mærkning ikke bliver en sovepude, så der ikke gøres noget fra politikere og virksomheder for at levere fx mere klimavenlig fødevareproduktion og bedre dyrevelfærd. Rammerne, herunder det bundniveau, der løbende bør hæves, skal grundlæggende fastlægges af regler og frivillige aftaler. Mærkning skal supplere og vise vejen og give forbrugerne den nødvendige viden til at handle.

Klimasmart er et udtryk, der især bruges i Sverige. Og der findes nogle få tommelfingerregler, som man som forbruger kan rette sig efter, hvis man vil handle mere klimasmart. Det handler om at spise mindre kød, spise de råvarer, der er i sæson, spise lokale fødevarer og undgå madspild (Odense Bæredygtighedsråd 2011).

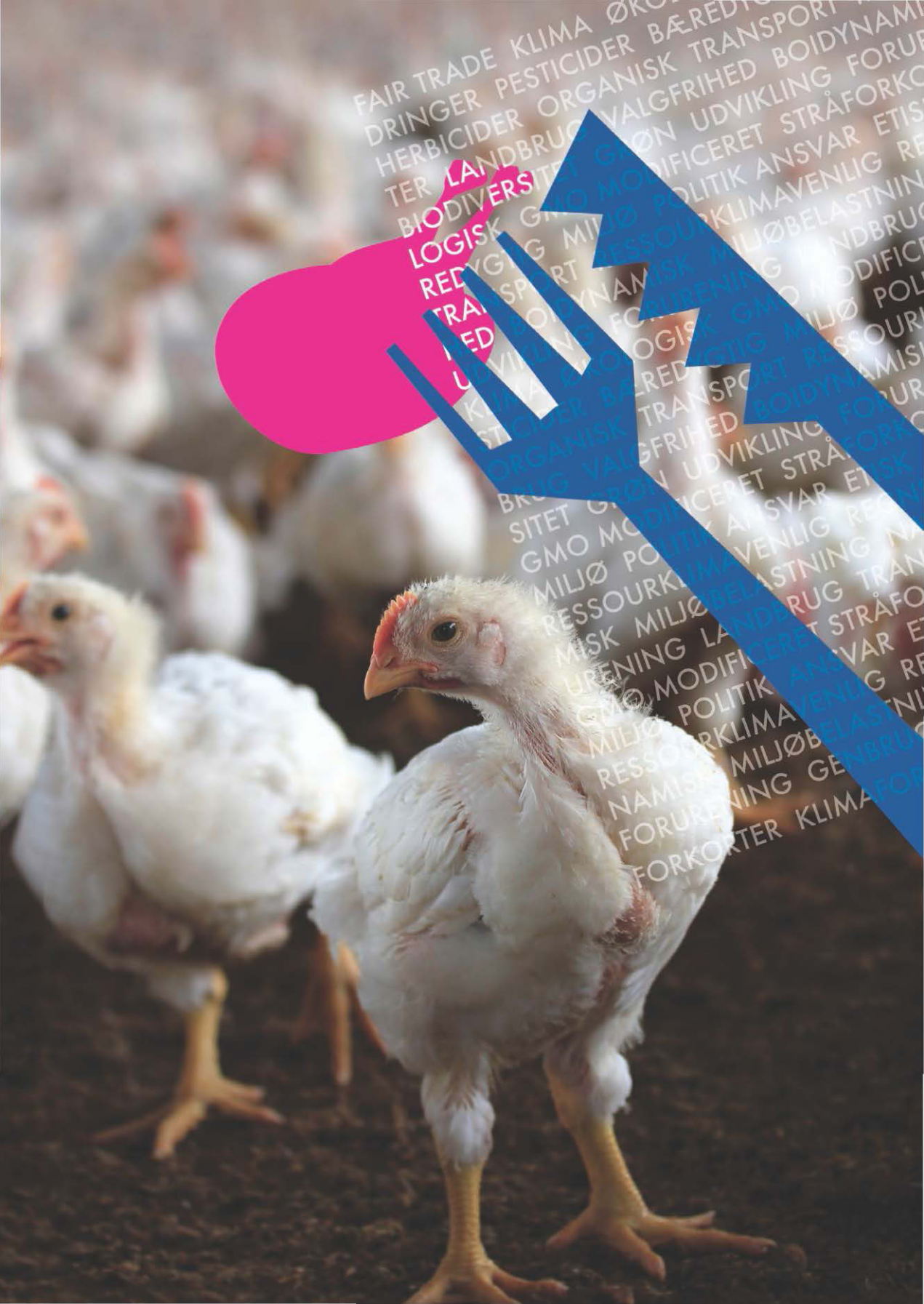
Disse regler kan man som klimabevidst forbruger i et vist omfang agere efter i supermarkedet.

Men generelt er de etiske spørgsmål ved fødevareproduktionen, som fx forbedring af dyrevelfærd eller reducere af CO₂-udledningen, problemstillinger, der grundlæggende egner sig bedst til at blive løst strukturelt via lovgivninger og frivillige aftaler.

Forbrugerne hverken kan eller skal redde verden alene gennem deres indkøbskurv.

Litteratur

Odense Bæredygtighedsråd. 2011. *Klimavenlig Mad*. <http://www.klimavenligmad.net/Materialer/Klimavenlig%20mad%20-%20Elevmateriale.pdf>. Lokaliseret 1. december 2014.



FAIR TRADE KLIMA ØKOLOGISK
DRINGER PESTICIDER BÆREDYGTIG
HERBICIDER ORGANISK TRANSPORT
TER LANDBRUG VALGFRIHED BIODYNAMISK
BIODIVERSITET GRØN UDVIKLING FORUR
LOGISK GMO MODIFICERET STRÅFORKO
REDYGTIG MILJØ POLITIK ANSVAR ETIS
TRANSPORT ØKOLOGISK MILJØBELASTNING
KIMATILVÆRDSFORRETNING MILJØ POL
ORGANISK BÆREDYGTIG MILJØ POL
BRUG VALGFRIHED BIODYNAMISK
SITET GMO MODIFICERET STRÅFORKO
MILJØ POLITIK ANSVAR ETIS
RESSOURSKLIMABELASTNING IN
URENING LANDBRUG TRAN
GMO-MODIFICERET ANSVAR E
MILJØ KLIMABELASTNING RE
RESSOURSKLIMABELASTNING
NAMISKLIMABELASTNING
FORURENING GENBRUG
FORKORTER KLIMAFOR

Skal virksomhederne redde miljøet, hvis politikerne ikke kan?

Lektor Steen Vallentin, Copenhagen Business School,
medlem af Det Etske Råd

Dette indlægs overskrift er foranlediget af en udbredt frustration over det politiske systems manglende vilje og/eller evne til effektivt at adressere og håndtere klodens klima- og miljøproblemer. Kritikken går blandt andet på den manglende politiske vilje til at indgå gensidigt forpligtende, bindende aftaler om CO₂-reduktion og andre miljøforbedrende foranstaltninger på internationalt eller globalt plan. Miljøfremmende tiltag sander ofte til i lokale, regionale eller nationale særinteresser, og det er som regel økonomiske og kommercielle hensyn, der kommer i vejen. Herhjemme taler vi eksempelvis om fremkomsten af 'konkurrencestaten' og om 'nødvendighedens politik' som udtryk for økonomiens primat i den politiske beslutningsproces. Det betyder, at hensyn til miljø og bæredygtighed hele tiden bliver afvejet i forhold til – og ofte underordnet – hensyn til vækst og velfærd i lyset af det globale konkurrencepres. Desuden synes den politiske kadres korte tidshorisont ofte at være et problem. Det er ikke befordrende for langsigtede løsninger, hvis der primært tænkes i valgperioder og i, hvordan appellen til vælgerne bedst kan optimeres på den korte bane.

Med tanke på det politiske systems træghed og dokumenterede uformåen i forhold til virkelig at få skovlen under problemerne, skal vi så hellere vende os imod erhvervslivet og se på de private virksomheder som mulige frelsere? Ud fra en rent instrumentel betragtning kan det godt give mening et stykke hen ad vejen. Set under ét repræsenterer den private sektor et enormt innovativt potentiale, og den har en afgørende rolle at spille i forhold til at udvikle nye teknologier, der kan være med til at sikre



SE VIDEO med Steen Vallentin: 'Skal virksomheder redde miljøet, hvis politikerne ikke kan?'

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-sv

en mere bæredygtig udvikling. Private virksomheder råder over enorme ressourcer og kompetencer, har stor erfaring inden for forskning og udvikling, og er – til forskel fra det politiske system – i stand til at handle hurtigt og målrettet, når det gælder om at fremme egne strategiske interesser. Dette sidste er et springende punkt, for der er ikke nødvendigvis sammenfald mellem virksomhedernes og samfundets interesser. Det er her, spørgsmålet om etiske og sociale værdier i bredere forstand dukker op. Private virksomheder er først og fremmest sat i verden for at drive forretning og tjene penge. Deres første og fremmeste formål er ikke at fremme bestemte etiske eller sociale dagsordener eller at beskytte miljøet. De er ikke sat i verden for at være sociale velgørere i bredere forstand.

Det sociale ansvar, profitten og samarbejdet

Men hvad så med debatten om CSR (corporate social responsibility)? Er den ikke udtryk for, at mange virksomheder adresserer de etiske spørgsmål, der er forbundet med deres ofte vidtforgrene aktiviteter, at de arbejder med social ansvarlighed i relation til deres forskellige interessenter og bestræber sig på at minimere deres økologiske fodaftryk? Jo, men samtidig skal vi ikke være blinde for, at også virksomhedernes arbejde med social ansvarlighed er præget af kommercielle interesser – hvilket så, alt efter observans, kan betragtes som en fordel eller en ulempe i forhold til at fremme en bæredygtig udvikling. CSR bliver forbundet med alt fra omkostningsreduktion, risikominimering og styrkelse af interne ressourcer og kompetencer til økonomisk værdiskabelse, opnåelse af konkurrencefordele og forbedring af virksomhedens omdømme og legitimitet. Ikke mindst fordi virksomheders indsats på dette område er så tæt sammenvævet med kommercielle interesser, bliver det hele tiden relevant at spørge, om denne indsats er tilstrækkelig. Firkantet formuleret: om der er tale om et helhjertet og integreret engagement eller mere om varm luft og politisk korrekt spil for galleriet – i lyset af et øget forventningspres om, at virksomheder skal forpligte sig på andet og mere end at tjene penge, drive en sund og ordentlig forretning, bidrage til beskæftigelsen osv.

Profitmotivet kan være en mægtig drivkraft, men den industrielle eller grønne revolution, der skal sikre, at virksomhederne arbejder dedikeret og målrettet for at fremme klimavenlige og bæredygtige løsninger, lader vente på sig. Selv om debatter om klimaforandring, udpining af natu-

rens ressourcer og planetens grænser peger i den retning, er der fortsat ikke tilvejebragt institutionelle rammebetingelser, som sikrer, at der er sammenfald mellem virksomhedens økonomiske interesser og dens miljømæssige performance. Eksempelvis er der på mange områder ikke udviklet effektive redskaber til at sikre, at forureneren betaler. I mellemtiden er vi nødt til at tage højde for, at der ofte vil være konflikter imellem profitmotivet og markedets krav på den ene side og hensynet til klimavenlige og bæredygtige løsninger på den anden. Med tanke på, at industri og produktion er de primære årsager til verdens klimaproblemer, er der ikke noget nyt eller overraskende i det. Mange virksomheder, der offentligt fremstiller sig selv som progressive i forhold til at fremme en bæredygtighedsdagsorden, lobbyer samtidig bag kulissen for at undgå regulative indgreb, der måske kan være gavnlige for miljøet, men som på kortere eller længere sigt kan virke begrænsende for deres råderum og konkurrenceevne og føre øgede omkostninger med sig.

Virksomhedernes tillid og troværdighed er derfor hele tiden på spil. Hvis vi, jf. kapitlets titel, skulle forlade os alene på deres velvilje i denne sammenhæng, ville det svare til at sætte ulven til at vogte fårene. Det giver mere mening at sige, at virksomhederne har en rolle at spille som én blandt flere væsentlige aktører i udviklingen. Og at det er vigtigt at betragte den private sektor som en del af løsningen og ikke kun som en del af problemet (eller som *selve* problemet). I debatten om menneskeskabte klimaforandringer synes det uomgængeligt, at erhvervslivet er nødt til at tage medansvar og bidrage aktivt og fremadrettet til at skabe en mere bæredygtig økonomi og samfundsudvikling. De langsigtede politiske målsætninger, der sættes for reduktion af CO₂-udledning mv., kan slet ikke realiseres uden private virksomheders aktive medvirken. Men det er ikke i selv tilstrækkeligt.

Udfordringernes omfang og kompleksitet gør det nødvendigt at tænke og handle på tværs af sektorer. Det er ikke tilstrækkeligt at forlade sig på staten, virksomhederne *eller* civilsamfundet (og dets forskellige organiserede former). Det er nødvendigt at tænke i kollaborative modeller, samarbejde og partnerskaber imellem offentlige, private og civile aktører. I stedet for at overgive os til en dystopisk forfaldsfortælling om kapitalistisk markedsøkonomi og hvordan *big business* undergraver alle bestræbelser på at fremme en bæredygtig udvikling (ikke mindst gennem at

underminere muligheder for mere gennemgribende politisk reform), er det vigtigt at anerkende de bestræbelser, der gøres i alle tre sektorer for at fremme en sådan dagsorden. I sidste ende er motiver ikke afgørende. Bæredygtig udvikling er ikke for puritanere. Det er vigtigt at trække på alle de ressourcer, der findes, og det er ikke nødvendigvis problematisk, at virksomheder har økonomiske motiver for at engagere sig, så længe de er med til at skabe resultater, der er til gavn for mennesker og miljø.

'Etisk' og 'politisk' forbrug

Hvad har alt dette så med forbrug at gøre? Og hvor væsentligt er forbruget i almindelighed, og det etiske eller politiske fødevarerforbrug i særdeleshed, i forhold til at fremme dagsordener om klima og miljø? Det korte svar på det sidste spørgsmål er, som det fremgår af mange af denne antologis øvrige bidrag, at forbrugets betydning er omstridt, men generelt ikke skal overvurderes. Dertil er der for mange hindringer, der står i vejen for en effektiv og vedvarende mobilisering af forbrugere og deres købekraft i den gode sags tjeneste. Ikke desto mindre er det væsentligt at forstå, hvordan forbruget virker, og hvordan det kan gøre en forskel, om ikke andet så i enkeltsager, i forhold til konkrete produkter eller produktkategorier. Der er ovenfor argumenteret for en kollaborativ tilgang til bæredygtighedens udfordringer – med fokus på at forstå løsninger, som noget der ofte bliver til i samarbejde mellem forskellige samfundsmæssige aktører. Som det næste vil denne forståelsesramme blive anvendt til at belyse, hvad der rører sig inden for etisk eller politisk forbrug med særligt fokus på fødevarer og – perspektiverende – tøj og mode.

Hvad er forskellen på 'etisk' og 'politisk' forbrug? Det korte svar er, at det ofte er svært at skelne mellem de to betegnelser, fordi de bruges i flæng, og uden at der er en klar definition bag. Ikke desto mindre giver det analytisk mening at sondre imellem dem, ikke mindst fordi det gør det muligt at fremhæve nogle forskellige retninger og brydninger i feltet samt vise, hvordan forbrugeraspekter er flettet sammen med udviklingen inden for CSR i bredere forstand. En gængs måde at sondre på, tager udgangspunkt i motiver. Etisk forbrug henviser da til individuelle, ikke-organiserede forbrugshandlinger. En forbruger vælger eller fravælger et produkt ud fra etiske overvejelser, fordi det giver mening for vedkommende selv, ikke med henblik på – sammen med andre – at påvirke en bestemt virksomhed/producent eller forhandler. Politisk forbrug hen-

viser omvendt til kollektive forbrugshandlinger. Den politiske forbruger fra- eller tilvælger et produkt som led i en eller anden form for organiseret kampagne, der kan være rettet imod produktet som sådan, eller imod den virksomhed – det varemærke eller brand – der står bag. Det handler ikke (kun) om at forbruge i henhold til egne værdier, men om at søge at gøre en forskel. Årsager til sådanne kampagner kan være alt fra uansvarlige produktionsformer (fx sweatshops i fremstilling af tøj), problematiske produkt ingredienser (fx brug af palmeolie i produktion af chokoladebarrer) eller problematiske former for markedsføring (fx rettet imod børn). Når man sammenholder motiver med sondringen til-/fravalg, får man en firefeltsmatrice, som illustreret nedenfor.

Etisk og politisk forbrug		
	Kollektivt, organiseret	Individuelt, ikke organiseret
Fravalg	Boykot	Etisk forbrug
Tilvalg	Buycott	Grønt el. bæredygtigt forbrug

Kilde: Tilvirket efter Goul Andersen og Tobiasen (2001).

Politisk forbrug, social aktivisme og medier

Hvis vi tager den politiske søjle først, taler vi om boykot i forbindelse med organiserede fravalg af bestemte produkter, mens *buycott* er kommet til som begreb for positive tilvalg af produkter, der eksempelvis udmærker sig ved at være særligt klimavenlige. I offentligheden er det særligt den første form, der får nogen opmærksomhed, og det i stigende grad gennem virale kampagner i sociale medier. Det interessante ved sådanne organiserede kampagner, der som regel orkestreres af NGO'er, er, at de ikke kun virker igennem deres indflydelse på konkrete – negative eller positive – forbrugshandlinger, men også gennem de risici eller trusler, de udgør for den enkelte virksomheds image, omdømme, legitimitet. Og at denne sidste effekt måske er den vigtigste. Når kampagner mobiliseres gennem sociale medier, er det ikke nødvendigvis målgruppen, der taler. Folk får mulighed for at ytre sig som (demokratiske) borgere, ikke kun forbrugere, og man kan meget vel forestille sig kampagner, der ikke når at afstedkomme nogen synderlig forbrugerreaktion, men som ikke desto mindre lykkes med deres forehavende, fordi man i den virksomhed, der er mål for kampagnen, ser sig nødsaget til at handle af frygt for de lang-

sigtede konsekvenser, kritikken kan få, hvis den bliver ved med at køre i forskellige medier. På denne måde kan det politiske forbrug være svært at skelne fra social aktivisme i bredere forstand og fra det offentlige pres, som virksomheder bliver udsat for, når sager om mangel på ansvarlighed over for mennesker eller miljø tages op i medierne. I begge tilfælde appelleres der til forbrugerne og den offentlige mening. Folk bliver bedt om at tage kritisk stilling til konkrete problematiske handlinger eller beslutninger, og det kommer til at udgøre en latent trussel for, igen, virksomhedens image og *brand value*. Man taler derfor også typisk også om, at business-to-consumer virksomheder er mere udsatte for den slags pres – og dermed i sidste ende mere tilbøjelige til at engagere sig i CSR – end business-to-business virksomheder. Ikke nødvendigvis fordi de er meget udsatte for effektive, organiserede forbrugerkampanjer (målt i direkte påvirkning af deres salg på kort eller længere sigt), men fordi det som regel er lettere at mobilisere en kritisk offentlighed i forhold til produkter, producenter og forhandlere, som er velkendte, og som folk har berøring med i deres dagligdag. Hermed er der lagt megen vægt på orkestreringen af forbrugerkampanjer som enkeltsager og på, hvordan særligt NGOer kan iscenesætte forbrugere som redskab imod virksomheder. Vi skal ikke desavouere, at der også findes genuine politiske/kritiske/bevidste forbrugere, som bestræber sig på at handle i overensstemmelse med deres politiske værdier, og som ser dette som led i en kollektiv bestræbelse på at gøre en forskel i verden. De udgør dog et mindretal, og det kan diskuteres, hvor stor en effekt deres mere vedvarende indsats har. Den samme problemstilling, om forholdet mellem iscenesættelse og reelt forbrug, gør sig gældende i den etiske søjle.

Det etiske forbrug fra mobilisering til design

Den etiske søjle i matricen oven for gengiver de betegnelser, som er anvendt i magtudredningens behandling (Goul Andersen & Tobiasen 2001). 'Etisk forbrug' kommer da til at betegne etisk begrundede fravalg af bestemte produkter, mens 'grønt eller bæredygtigt forbrug' kommer til udtryk i tilvalg af klimavenlige eller bæredygtige produkter, eksempelvis økologiske fødevarer. Disse betegnelser kan virke vilkårlige, men giver dog mening i den forstand, at man alt andet lige mere direkte støtter en grøn dagsorden ved at købe grønt end ved at fravælge produkter, som man på én eller anden måde finder problematiske ud fra en etisk betragtning. Begge former forudsættes at være individuelt, ikke kollek-

tivt orienterede. Det er noget, man gør, fordi det giver mening eller har værdi for én selv, ikke som led i en organiseret bestræbelse på at ændre verden til det bedre. Motiver kan være sammensatte, og derfor kan grænserne mellem den etiske og den politiske søjle være flydende. Tilsvarende kan det være svært at sondre mellem etisk/grønt/bæredygtigt forbrug og konventionelt forbrug. For de etiske former behøver ikke at dreje sig om kritisk stillingtagen til bestemte produkter og produktionsformer – og det hertil knyttede CO₂-udslip, vandforbrug eller brug af pesticider, men kan også være begrundet i mere traditionelle parametre som smag, sundhed og kvalitet. Det kan desuden dreje sig om identitet og livsstil, og det er her, spørgsmålet om iscenesættelse – og virksomhedernes rolle i den forbindelse – dukker op igen.

Da den etiske/politiske forbruger først blev italesat i midten af 1990'erne, i forbindelse med sagen om Shell og Brent Spar, var der tale om *en mobiliseret forbruger*: en ydre kraft, som virksomhederne hellere måtte begynde at tage højde for og en væsentlig drivkraft for det arbejde med CSR, som de fleste danske virksomheder først senere kom rigtigt i gang med. Ser man på betingelserne for det etiske forbrug i dag, ikke mindst på fødevarerområdet, er tingene i nogen grad vendt på hovedet. Man kan tale om tilsynekomsten af *en designet forbruger* i og med, at det etiske forbrug i vidt omfang er blevet varegjort. Det er blevet en forbrugsmulighed blandt andre forbrugsmuligheder, et produkt på linje med andre produkter, som faldbydes på markedet. Hvad enten vi taler om økologi eller fair trade, er der tale om en form for forbrugeridentitet eller -rolle, som tilbydes af producenter og detailhandel, og som den enkelte forbruger kan træde ind i og identificere sig med. ”Hvad kan vi gøre for dig som etisk forbruger?” Denne udvikling er et produkt af strømninger i samfundet med øget fokus på økologi, bæredygtighed og dyrevelfærd m.v., der har påvirket landbrug, fødevarerproducenter og detailhandel direkte og indirekte – gennem markeder og gennem offentlig meningsdannelse. Det har afstedkommet øget bevidsthed og efterspørgsel efter grønne og bæredygtige produkter.

De kommercielle aktører har ikke blot reageret på en øget efterspørgsel, men selv, mere eller mindre aktivt, været med til at skabe den. Ikke mindst er detailhandlen en meget væsentlig spiller, som det sidste led i den kæde, der bringer varerne til forbrugerne. Detailhandlens valg

og prioriteter er i meget høj grad med til at bestemme efterspørgslen efter klimavenlige og bæredygtige fødevarer. Det bringer os tilbage til spørgsmålet om den private sektors rolle i forhold til at redde miljøet.

Herhjemme er det Coop, som har været frontløber i forhold til at fremme grønt og bæredygtigt forbrug. Men det gælder for Coop såvel som for deres konkurrenter, at deres første og fremmeste formål ikke er at gavn miljøet, og at de gerne vil appellere til alle forbrugere, og ikke blot til dem, der lægger vægt på etik og grønne værdier. De store supermarkeds-kæders evner til at se nye forretningsmæssige muligheder i klimavenlige produkter kan have stor betydning for disse produkters udbredelse. Gennem deres markedsføring og kommunikation om produkter er de med til at formidle og skabe bevidsthed om vigtigheden af at forbruge grønt. På denne måde kan de have en vigtig, medierende rolle og aktivt bidrage til at skabe større efterspørgsel. Samtidig vil de, som nævnt, gerne appellere til alle forbrugere, og derfor omfatter den grønne bevidsthed ikke hele – eller blot størstedelen – af deres sortiment.

Hvis man som forbruger vil holde sin sti ren (eller bevare illusionen om at det kan lade sig gøre), må man opsøge specialbutikker. I de store supermarkeder bliver klimavenlige produkter tilbudt på linje med andre, mindre klimavenlige alternativer, mens der overordnet bliver lagt vægt på idealet om det frie forbrugsvalg. De store supermarkeds-kæder ser det ikke som deres opgave at stoppe bæredygtige produkter ned i halsen på folk. Det handler snarere – mere indirekte – om 'nudging' og om at gøre klimavenlige, grønne, ansvarlige produkter mere attraktive for forbrugere – selv om de ofte er dyrere og ikke altid er bedre målt på traditionelle parametre som smag og sundhed.

Som tidligere nævnt er det ikke nødvendigvis problematisk, at virksomheder har økonomiske motiver for at engagere sig i social ansvarlighed, så længe de er med til at skabe resultater, der er til gavn for mennesker og miljø. Supermarkeds-kædernes engagement er underlagt markedsvilkår og er i den forstand begrænset, men kan ikke desto mindre gøre en stor forskel i forhold til at påvirke forbrugernes valg – der ellers kun kan styres/reguleres direkte via forbud og afgifter. På linje med forbrugerorganisationer og offentlige miljø- og sundhedsmyndigheder m.v. har de en vigtig rolle at spille i den fortsatte uddannelse af borgerne

til mere bevidste og ansvarlige forbrugere. Det er klart, at en begrænsning ved at anskue problemstillingen på denne økonomiske måde er, at der ikke mere grundlæggende sættes spørgsmålstejn ved omfanget af vores forbrug. Det handler om at forbruge på andre måder snarere end om mindske forbruget og/eller finde andre måder at dække de behov på, som forbruget tilfredsstiller. For at dække sådanne aspekter er det nødvendigt at anskue forbruget inden for en bredere, social og kulturel forståelsesramme, men det er ikke hensigten med dette korte indlæg.

Bæredygtige forbrugertrends

Fortsætter vi i det økonomiske spor, kan vi se, at mange af de samme tendenser i retning af, at virksomhederne aktivt er med til at designe ansvarlige forbrugere, også gør sig gældende på andre produktområder. Tøj og mode er et godt eksempel. En nylig rapport fra Deloitte (2014) gennemgår forskellige bæredygtige forbrugertrends. *Life cycle engagement* handler om at involvere forbrugerne i skabelsen af en form for cirkulær økonomi. Store modebrands definerer i stigende grad deres ansvarlighed i forhold til hele produktets livscyklus: fra køb, til brug og bort- og genanskaffelse. Hvor der tidligere udelukkende har været fokus på værdikæden *upstream*, det vil sige processen frem til salget til slutbrugeren, lægges der nu også vægt på værdikæden *downstream*: hvordan kunden anvender produktet og skaffer sig af med det. Det kan handle om at vejlede kunderne i, hvordan de behandler deres tøj, så det kan holde længst muligt (vaskeanvisninger, organisere muligheder for reparation o.l.), og det kan – i forhold til cirkulær økonomi – handle om at organisere tilbagetagelsesordninger, så mindre tøj ender op på lossepladsen. At gøre det muligt for kunderne at aflevere brugt tøj til genanvendelse (som beklædning eller fibre) eller etablere genbrugsbutikker, som er afhængige af kunderne, da det er dem, der skal levere varerne på hylderne.

En anden interessant trend er *collaborative engagement*, der eksempelvis går ud på at redefinere kunderelationen og skabe nye markeder ved at fokusere på service i stedet for ejerskab. Som når virksomheder gør det muligt at leje luksusprodukter (fx dyre designertasker) eller faciliterer, at folk kan leje hinandens boliger. Her bliver det centrale begreb *deleøkonomi*, og den muliggøres gennem nye former for inddragelse af forbrugerne, som i vidt omfang er orkestreret af kommercielle aktører. Fælles for disse trends er, at de hverken er direkte forbrugerdrevne (i betydningen:

produkter af forbrugerpres) eller foranlediget af staten gennem (trusler om) regulering eller økonomiske incitamenter. Der er tale om forskellige former for social eller bæredygtig innovation. Man kan diskutere, hvor væsentlige de er i forhold til at adressere klodens klimaproblemer, herunder hvor økonomisk og miljømæssigt bæredygtige forskellige former for deleøkonomi i sidste ende er, men de er under alle omstændigheder eksempler på, hvordan virksomheder spiller en aktiv rolle i at informere og styre forbrugeres ansvarlighed som forbrugere.

Afsluttende

Det kollaborative element bringer os frem til nogle afsluttende refleksioner. Vi lever i et polycentrisk samfund, det vil sige et samfund, hvor den politiske og økonomiske magt ikke er lokaliseret ét bestemt sted, og hvor der ikke findes ét autoritativt punkt, hvorfra samfundsudviklingen kan styres. Det betyder, at vi er overladt til partielle løsninger på klodens problemer med bæredygtighed; løsninger som alle, isoleret set, er mangelfulde og begrænsede i deres virkning. Nogle er mere begrænsede end andre. På det overordnede plan er der brug for at tænke i systemiske og teknologiske løsninger, og man kan diskutere, hvor effektivt forbruget som sådan er i forhold til at adressere og udbedre klima- og miljøproblemer – så længe debatten ikke afspejler en mere gennemgribende social og kulturel vilje til at gøre op med overforbruget i den vestlige verden. Debatten om etisk/politisk forbrug handler mere om at ændre forbrugsmønstre end om at mindske forbruget. Men mange bække små kan gøre en å, og en styrke ved denne debat er, at den peger på konkrete muligheder for, at folk kan gøre noget, tage ansvar og ikke blot lade stå til.

Som det fremgår af flere af antologiens bidrag, bliver betydningen af det etiske eller politiske forbrug ofte overvurderet. Eller måske er det mere præcist at sige, at fænomenet har fået betydning mere på et symbolsk end på et substantielt plan. Mange tendenser peger dog i retning af, at der bliver flere og flere muligheder for at handle etisk eller politisk som forbruger og dermed tilføre substans. Det er en udvikling, som virksomhederne spiller en aktiv rolle i, men som også hele tiden kræver at blive understøttet af andre aktører.

Staten har en vigtig rolle at spille, ikke blot gennem regulering i traditionel forstand, men også gennem positivt at motivere og skabe incita-

menter for, at virksomheder kan engagere sig i social og miljømæssig ansvarlighed – samt være med til, sammen med forbrugerorganisationer, at sikre et stadigt højere informationsniveau. Civilsamfundets organisationer har en vigtig rolle at spille, som blandt andet består i løbende at sætte kritisk fokus på politikernes uformåen og virksomhedernes manglende ansvarlighed i forhold til miljøet. Derigennem kan de bevidstgøre og anspore borgere/forbrugere til handling. I sidste ende har vi alle sammen et ansvar for at gøre noget, hvor beskedne vores respektive bidrag så end måtte være. Men uden samarbejde på tværs af sektorer er det svært at tro, at det etiske/politiske forbrug for alvor vil kunne gøre en forskel i forhold til at fremme en mere klimavenlig og bæredygtig udvikling.

Litteratur

Andersen, J.G. og M. Tobiasen. 2001. *Politisk forbrug og politiske forbrugere – Globalisering og politik i hverdagslivet*. Århus: Magtudredningen.

Deloitte. 2014. *Make it Mærkbar – Connecting Customer Engagement with Sustainability*. <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/dk/Documents/strategy/Deloitte-Make-it-maerkbar.pdf>. Lokaliseret 26. november 2014.

Muligheder og begrænsninger for landbrugets bæredygtighedsarbejde

Formand for Landbrug og Fødevarer, Martin Merrild

Den danske fødevareklynge, som er verdens tredjestørste, producerer fødevarer med lavt input og højt output som resultat af et tæt samarbejde mellem landmænd, virksomheder og forskere. Den mest effektive vej til at sænke fødevareforbrugets klimaaftryk går ifølge Landbrug & Fødevarer gennem mere innovation, bedre rammevilkår og styrket folkeoplysning. Men skal det for alvor batte, bør indsatsen være global.

Vi kan ikke længere benægte eksistensen af klimaforandringerne. Med en hastigt stigende verdensbefolkning kan vi se frem til et historisk pres på klodens ressourcer allerede inden dette århundredes udgang. Ifølge FN vil verdens dyrkningsbare landbrugsareal inden for samme tidshorisont skrumpe med ca. 25 %, og klimaforandringerne vil samtidig øge presset på det tilbageværende landbrugsareal (Bruinsma 2011). Med andre ord skal vi skaffe mad til flere mennesker ud fra et mindre areal end det, verdens landmænd har til rådighed i dag. Verden står overfor en række indbyrdes forbundne udfordringer, hvor bæredygtighed og ressourceeffektiv produktion vil komme til at spille en afgørende rolle. Befolkningstilvæksten, den økonomiske krise og hensynet til klodens miljø, klima og ressourcer skaber nye behov, og i dette krydsfelt mellem behovet for øget fødevareproduktion på den ene side, og bæredygtighed på den anden side, har den danske landbrugs- og fødevareproduktion et unikt udviklingspotentiale.



SE VIDEO med Martin Merrild: 'Muligheder og begrænsninger for landbrugets bæredygtighedsarbejde'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-mm

Det globale perspektiv

Det giver imidlertid ikke mening at pege på enkelte lande og stille dem til ansvar for verdens tilstand. Fortidens gerninger blev begået uden den viden om klimaet, vi har til rådighed i dag. Det er dog klart, at ilandene må tage en større del af den tvivlsomme ære på sig, end ulandene, hvis forbrug kun i begrænset omfang har påvirket klimaet indtil nu. Til gengæld ved vi nu, at mange af ulandenes indbyggere, i omegnen af 1-2 mia., vil træde op i middelklassen indenfor de næste 30 år, og det rejser en række nye, etiske spørgsmål. I hvilket omfang vil deres forbrug af fx kød, mejeriprodukter og forarbejdede fødevarer komme til at påvirke klimaet? For det er uomgængeligt, at disse nye middelklasseborgere vil øge efterspørgslen og stille krav til deres fødevarer i samme omfang, som vi gør her på vores breddegrader, hvor bæredygtighed, kvalitet og fødevarer sikkerhed er ufravigeligheder. Fordi de bliver rigere, vil de efterspørge varer, der traditionelt har et højere klimaaftryk (Pezzini 2012). Det er fra dansk side næppe realistisk, at vi kan få resten af verden til at reflektere over sit forbrug på samme måde, som vi selv har tradition for herhjemme med en til tider livlig debat i medierne. Mennesker og nationer har indgroede forbrugsmønstre og urokkelige forbrugskulturer, som ikke bare lader sig diktere. Nogle lande er så tilbagestående og økonomisk trængte, at hensyn til klimaet sjældent eller aldrig kommer på den politiske dagsorden. Men den danske fødevareklynge, som i skrivende stund er verdens tredjestørste, har gennem generationer, med kyndig sparing fra den danske forskningsstand, udviklet produktionsmetoder og teknologier, som producerer fødevarer med lavt input og højt output. Og eftersom vi af gode grunde ikke kan brødføde hele verden med danske fødevarer alene, bør vi i stedet arbejde for, at de effektive produktionsmetoder, vi selv bruger, kan komme i anvendelse globalt. Det vil samtidig også kunne generere indtægter til at finansiere et fortsat intensivt udviklingsarbejde af dansk højteknologi, men vigtigst af alt vil udbredelsen af nye og effektive produktionsmetoder og agronomisk knowhow fra Danmark drive den globale fødevareproduktion i en mere bæredygtig retning. Det handler i første omgang om at hjælpe ulande til selv at kunne opbygge en bæredygtig fødevareproduktion.

Vi er bare mennesker

Det er ikke let at lave om på os mennesker, og vi bryder os sjældent om at få presset formynderisk lovgivning ned over hovedet. Det har adskillige

regimer i verdenshistorien allerede bevist med svigtende held. For at få ændret handlemønstre og vaner kræver det, udover tid, også uddannelse og oplysning. Forbrugere skal selv kunne erkende det højere formål ved at ændre forbrugsvaner og prioritere anderledes. Og i mange tilfælde skal forbrugere kunne se en personlig fordel, selvom det i en alvorlig sammenhæng som denne kan virke som et usympatisk menneskeligt træk. Men skal vi som samfund virkelig ændre noget og få forbrugerne gjort mere klimabevidste, og i sidste ende få dem til at handle mere klimavenligt, skal vi huske, at vi er oppe imod klassiske menneskelige dårskaber som egoisme og dovenskab. Som fødevareproducenter har vi nok ikke de forkromede svar på, hvordan man tackler forbrugernes handlemønstre. Derfor mener vi, at det som udgangspunkt er mere realistisk og effektivt, hvis vi gør fødevareproduktionen endnu mere klimavenlig, så de varer, man kan vælge imellem i køledisken, er så bæredygtige, som den eksisterende teknologi og viden tillader. Derfor skal vi have resten af Europas – og med tiden resten af verdens – fødevareproduktion med på vores niveau og være varsomme med at indføre yderligere dansk regulering, som risikerer at stille danske virksomheder i en urimelig konkurrencesituation. Ellers er der en risiko for, at vi underminerer vores fødevarerhverv i urealistiske ambitioner.

Visionen om det biobaserede samfund

Men vi skal meget mere end blot at tilbyde klimavenlige fødevarer. Den fremtid, som det danske landbrugs- og fødevarerhverv drømmer om, er en fuldskala bioøkonomi, hvor alt i princippet genbruges, hvor intet går til spilde, hvor vi er uafhængige af fx olie til at fremstille materialer og industriprodukter. En cirkulær økonomi, også kaldet vugge-til-vugge tankegangen, hvor alle næringsstoffer bliver sendt tilbage i naturlige kredsløb, hvor affaldet og restprodukterne bliver til biomasse, som i teorien kan bruges til at fremstille dagligdags ting, som fx møbler eller komponenter til computere, i stedet for, at man som i dag bruger olie. Også til energi rummer scenariet vidtrækkende perspektiver. Bioøkonomiens potentiale er enormt. Ifølge en rapport fra Aarhus og Københavns universiteter kan landbruget øge sin produktion af biomasse med 10 mio. tons om året til industriformål, uden at det vil påvirke miljøet, jordens frugtbarhed eller fødevareproduktionen negativt (Gylling et al. 2012). Udover, at fremskridt i deres natur altid tager tid, er der også en række konkrete barrierer, der skal overvindes, før hele potentialet om

et biobaseret samfund kan realiseres, for så vidt angår fødevareklyngens bidrag. Det drejer sig grundlæggende om de rammevilkår, som danske landmænd og fødevarevirksomheder arbejder under. De skal både være miljømæssige og økonomisk bæredygtige.

Love og regler kan arbejde for både miljøet og fødevareerhvervet

Fødevareproduktionen skal ses i en miljø- og klimamæssig sammenhæng. Når man fastlægger den fremtidige regulering af fødevareklyngens rammevilkår, det vil sige den lovgivning, som landmænd og fødevareproducenter skal arbejde indenfor, bør reguleringen tage centralt udgangspunkt i de konkrete emissioner og den reelle miljøpåvirkning, fremfor, som det er tilfældet i dag, ufleksible maksimale produktionslofter. Vi ved, at jordens produktionsevne varierer fra mark til mark og fra landsdel til landsdel, hvorfor det handler om at finde ud af, hvad der ender med at blive udledt i de vandløb og fjorde, som støder op til markerne. Det er i princippet ikke interessant, hvad og hvor meget landmanden gøder sin mark med, så længe man kan sikre, at produktionen foregår i balance med naturen. Hvis det lykkedes at lave en målrettet miljøregulering, som tager højde for og hensyn til landbrugsjordens sammensætning og evne til at holde på og frigive næringsstoffer, får landmændene og virksomhederne incitament til at udvikle, implementere og investere i miljøteknologiske løsninger, så der kan produceres mere, uden at det påvirker naturen og miljøet negativt. Det betyder konkret, at den enkelte landmand og virksomhed ikke skal være begrænset af, hvad den fylder ind i sit produktionsapparat, men udelukkende af hvad der kommer ud i den anden ende.

Der er behov for en gennemgang og nytænkning af lovgivningen, hvor endemålet er en samlet lovreform af miljøområdet. Reformen skal sikre en sammentænkt og overskuelig lovgivning, og den skal have fokus på at luge ud i unødigt restriktive og modstridende regler og love, der virker som barrierer for ressourceoptimering. Man kan sige, at lovgivningens rigiditet og kompleksitet i dag står i vejen for det næste store skridt i en mere bæredygtig retning for den danske fødevareproduktion, og det er uheldigt, når det er her, vejen til en højere grad af bæredygtighed findes. I dag er det fx ikke et særsyn, hvis en landmand, der vil lave en ny miljøinvestering, skal vente i år og måneder på en tilladelse fra myndighe-

derne. Der er et potentiale for at skrive en mindre kompliceret og mere smidig lovgivning, som får klimavenlige projekter hurtigere realiseret. Der er også behov for en justering af den del af lovgivningen, der regulerer udnyttelsen af restprodukter og sidestrømme som fx affald og halm for at sikre, at lovgivningen samlet bidrager til en øget ressourceudnyttelse. Der bør være mere fokus på at øge værdien og brugen af den biomasse, som kan indsamles fra naturarealer og fra arealer, som det ikke kan betale sig at dyrke intensivt. På lidt længere sigt vil biomasse helt sikkert kunne udgøre en væsentlig indtægtskilde for erhvervet sammen med fødevarerproduktionen, hvis rammevilkårene for produktion og efterspørgsel er til stede – og biomassen udnyttes til højeste værdi. Der kan ligge masser af fornuftige overvejelser bag den nuværende lovgivning, men den passer ikke længere til den tid, vi lever i, og til de udfordringer vi kommer til at stå ansigt til ansigt med, når der som følge af klimaændringer og øget efterspørgsel på fødevarer kommer ekstra tryk på jordens ressourcer.

Økonomiske udfordringer skal tackles

Selvom der er svage tegn på bedring i verdensøkonomien, betyder efterdønningerne af finanskrisen, at mange landmænd, ligesom fx landets boligejere i dag, er udfordret på deres likviditet. De har vanskeligt ved at rejse kapital til at investere i ny og mere bæredygtig teknologi. Med andre ord er den aktuelle økonomiske situation med en lukket import fra Rusland og et tilbageholdende kreditsystem en hæmsko for investeringer i ny miljøteknologi i primærproduktionen. Og faktisk ligger der store miljømæssige potentialer i netop den danske primærproduktion. En stald, der bygges i dag, er nemlig dobbelt så miljøeffektiv, som en fem år gammel stald. Derfor kan adgang til ny kapital være et effektivt redskab til at bringe landbruget i en mere bæredygtig retning. Der er allerede gjort flere fornuftige tiltag med fx Vækstfonden for at lette adgangen til ny kapital, men der er stadig brug for nye ideer og tiltag, hvis det fulde potentiale i den danske husdyrproduktion skal indfries.

Gør bæredygtighed til markedsfordel

Det øgede fokus på global omstilling til grøn økonomi og den stigende efterspørgsel efter fødevarer skaber nye marked- og eksportmuligheder for den danske landbrugs- og fødevarerektor. Derfor bør man have øget fokus på dette område og opkvalificere den eksisterende eksport-

fremme, så vi sikrer, at der hele tiden er et marked for de produkter og bæredygtighedsteknologier, vi kan levere fra dansk side. Med andre ord skal vi bruge flere ressourcer på at udbrede kendskabet til vores styrkepositioner ude i verden for, så at sige, at gøde markedet. Derudover skal Danmark i højere grad være med til at sætte fingeraftryk på udviklingen af internationale standarder for at sikre, at danske principper for bæredygtighed og ressourceeffektivitet bliver fremført på internationalt niveau. Det er derfor vigtigt, at vi sikrer, at der i forbindelse med ambitiøse danske miljøkrav mv. sker en afvejning mellem adfærdseffekt og konsekvenser for konkurrenceevnen. Vi bør undgå nationale miljøkrav, der ikke kan forventes at blive efterspurgt af markedet eller fulgt af andre lande på kort sigt, da disse krav i så fald blot vil være skadelige for konkurrenceevnen, true med at tage innovationsviljen ud af fødevareklyngen og i sidste ende "eksportere" produktionen til lande, der producerer mindre miljø- og klimaeffektivt, end vi gør i Danmark. Erfaringen viser, at betydelige skridt i en mere bæredygtig retning nemmest bliver trådt, når projekter har klare forretningsperspektiver. Virksomhederne er dog stærkt afhængige af, at der er politisk og folkelig opbakning til den kurs, de sætter, at vækst er tænkt ind i ligningen. Forudsætningen for at foretage investeringer i miljø er, at investeringerne også er økonomisk bæredygtige. Derfor bør en dansk strategi for et fødevareerhverv, der udvikler sig i en stadig mere bæredygtig retning, både indeholde punkter om bæredygtighedsvisioner, forretningsperspektiver, tidssvarende og visionær lovgivning og sunde rammevilkår.

Kødet og klimaet

Når man taler klima og forbrug, kommer man ikke uden om kød og proteiner i almindelighed. Kød udgør en forholdsmæssig stor post i de danske og vestlige husholdningsbudgetter, og alt tyder på, at verdens nye middelklasseborgere i fremtiden også vil ønske kød på menuen (Danmarks Statistik 2014). Den animalske produktion yder et betydeligt bidrag til fødevareproduktionens samlede klimaaftryk. Derfor skal vi kigge ekstra omhyggeligt på kødet, når vi taler om de dilemmaer, som den etiske forbruger står overfor. Det ville være nemt at forbyde kødproduktionen, som vi kender den, men det vil næppe vinde genklang hos en verdensbefolkning, der i vid udstrækning holder af at spise kød. I det hele taget virker det svært at forestille sig, at kød skulle blive forbudt at spise,

eller at nogle lande ville indføre kødfrie dage som dengang, vi under olie-krisen havde bilfrie søndage.

Til gengæld kan man ad politisk vej forsøge at oplyse forbrugerne om konsekvenserne af de valg, som de træffer, så man i højere grad skaber en bevidsthed hos forbrugerne om koblingen mellem forbruget og dets klimakonsekvenser. Eller man kan forsøge at producere kødet langt mere klimavenligt, end man gør i dag. Den danske oksekødsproduktion er blandt de mest klimavenlige i verden (Lesschen et al. 2011). Ca. 80 % af det danske oksekød kommer fra malkekvæg, som først har produceret en masse mælk modsat oksekød produceret mange andre steder i verden (Landbrug & Fødevarer 2014). Det giver derfor mening at eksportere de danske metoder, så kødproduktionen i andre lande bliver klima- og miljøvenlig efter dansk forbillede. Og så handler det jo også helt basalt om at sørge for at fylde tallerkenen med den mængde grønt, vi også skal have, inden vi supplerer med kød.

Økonomisk bæredygtig

Danmark er en lille spiller med et stort repertoire på den globale scene, hvor publikum ikke altid er vågent. Men derfor bør vi ikke holde os tilbage med at udfordre verden og gøre opmærksom på, hvad vi fem mio. danskere har været i stand til at udrette på vores blot 3,4 mio. hektar. Vi skal ud over rampen med de ideer og ambitioner, vi har til fremtidens biobaserede samfund. Klimaforandringerne er for alvorlige til, at vi kan overlade dem til markedskræfterne alene. Men skal klimakampen vin- des, skal den også være økonomisk bæredygtig.

Litteratur

Bruinsma, J. 2011. The Resources outlook: By How Much Do Land, Water and Crop Yields Need To Increase By 2050? In: *Looking Ahead In World Food and Agriculture: Perspectives to 2050*, eds. Piero Conforti. Rome: FAO.

Danmarks Statistik. 2014. *Fødevarerforbrug*. <http://www.dst.dk/da/Sta->

[tistik/emner/forbrug/foedevareforbrug.aspx](#). Lokaliseret 5. december 2014.

Gylling, M., U. Jørgensen, N.S. Bentsen, I.T. Kristensen, T. Dalgaard, C. Felby og V.K. Kvist. 2012. *+10 mio. tons planen: muligheder for en øget dansk produktion af bæredygtig biomasse til bioraffinaderier*. København: Fødevareøkonomisk Institut.

Landbrug & Fødevarer. 2014. *Danmarks kvægbestand i CHR efter kategori fra Marts 2013 til September 2014*. København: Landbrug & Fødevarer.

Lesschen, J.P., M. Van den Berg, H.J. Westhoek, H.P. Witzke, G.L. Velthof and O. Oenema. 2011. Greenhouse gas emission profiles of European livestock sectors. *Animal Feed Science and Technology* vol. 166-167: 16-28.

Pezzini, M. 2012. *An emerging middle class*. http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/3681/An_emerging_middle_class.html. Lokaliseret 5. december 2014.

Hvordan kan butiksledet fremme bæredygtigt forbrug?¹

CSR-chef Helene Regnell, Dansk Supermarked

Da jeg første gang bevægede mig ind i bæredygtighedsuniverset, begyndte jeg at tænke: Hvordan kan jeg være en bedre forbruger? Hvordan kan jeg efterspørge nogle varer, som er bedre for klimaet? Jeg følte mig meget forvirret, når jeg stod nede i supermarkedet og skulle vælge mellem tomater, som kom fra Spanien, og nogle, der var produceret under lokale forhold. Hvilke skulle jeg vælge?

Jeg var på daværende tidspunkt så heldig at kende en ekspert på området. En person som havde arbejdet i mange år med LCAs (Life Cycle Assessments). Da jeg spurgte ham, hvilken tomat jeg burde købe, var hans svar, at jeg hellere skulle sørge for at spise det, jeg købte, og ikke bekymre mig om, hvor den givne tomat var fra. Det har jeg levet efter lige siden, og jeg synes, at det er et godt budskab at komme ud til danske forbrugere med. Det er overordentligt kompliceret at kommunikere omkring den enkelte vares fodaftryk. Så det nemme budskab er egentlig at sige til forbrugerne: Sørg nu for at spise den mad, I køber. Og skal man tilføje noget, så kunne det passende være: Spis mindre, men bedre oksekød. Det er to enkle budskaber, som er forholdsvis enkle at kommunikere.

Dansk Supermarked – kort fortalt

Før jeg går videre, synes jeg, det kan være nyttigt at knytte nogen ord til den kontekst, som Dansk Supermarked opererer i. Dansk Supermarked er ikke nogen lille butik, men størrelse er relativt. Så selv om vi lige ak-

¹ Indlægget er renskrevet fra en optagelse fra debatdagen 17. november 2014 på Axelborg.



SE VIDEO med Helene Regnell: 'Hvordan kan butiksledet fremme bæredygtigt forbrug?'

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-hr

kurat er inden for top 100 af detailhandlere i verden, så er vi små i nogle sammenhænge. Lad mig komme med et par eksempler:

Der er masser af producenter, som er multinationale og storproducenter af det, de nu laver – fx. Procter & Gamble eller Coca-Cola. I forhold til disse producenter er vi en meget, meget lille indkøber, hvilket betyder, at vores indflydelse er marginal. Og selvom vi måske på nogle områder er en stor kunde nationalt betragtet, er vi globalt set en meget lille aktør. Derfor er det rigtig vigtigt for os, at vi bruger vores energi der, hvor vi reelt kan gøre en forskel. Det understreges også, når vi kigger på Dansk Supermarkeds indtjening. 2013 var et virkelig godt år for os, hvor vi tjente lige op imod 2½ mia. kr. Samlet set omsatte Dansk Supermarked for 56,9 mia. kr. i 2013. Så med lidt hurtig hovedregning er der tale om en margin på 4 % – 5 %. Hvor mange gange skal man træde ved siden af for at miste den margin? Svaret er: Ikke ret mange gange. Så vi er ekstremt opmærksomme på vores omkostninger, og det understreger vigtigheden af at fokusere dér, hvor vi kan få en reel indflydelse og gøre en forskel.

Danskerne er utrolig glade for et godt tilbud. Blandt andet derfor ser vi i dag, at næsten 40 % af dagligvarerne købes igennem en discountforretning. En anden trend er, at forbrugerne i stigende grad efterspørger økologi. Sundhed er også en vigtig parameter – specielt i forbindelse med de produkter, som kommer tæt på kroppen og vores familie.

Fairtrade, danske produkter og lokalt producerede varer vokser også, men fra et lavere udgangspunkt. Og endelig kan vi se, at danskerne i stigende grad handler digitalt.

Strategien

I Dansk Supermarked har vi en CSR-strategi, som hænger godt sammen med den kommercielle strategi.

Vi koncentrerer os om:

1. At drive en effektiv forretning – dvs. energiforbrug, affaldshåndtering og brændstofforbrug.
2. At være en god arbejdsgiver og en god nabo

3. At udnytte vores leverandørrelationer til at minimere risiko og udvikle nye, gode og ansvarlige produkter
4. At give vores kunder et bredt udvalg af ansvarlige produkter til konkurrencedygtige priser.

Når vi fx sparer på energien, er det både for at holde vores omkostninger nede, og fordi det er godt for miljøet. Det er vigtigt for os at kommunikere de ting i sammenhæng, altså at vi ikke gør noget bare for at være gode ved miljøet, men at vi også gør det, fordi det er god forretning. På samme måde er det godt for forretningen at være en attraktiv arbejdsplads, at kunne levere de ansvarlige produkter, som kunden efterspørger - og en gang imellem at overraske kunden med, at en bedre og mere ansvarlig kvalitet også kan fås til en god pris.

Tæt relation til leverandører

Vi har rigtig gode relationer til vores leverandører, og det har vi blandt andet, fordi vi i værdikæden er placeret midt imellem producenterne og forbrugerne. Detailhandlen er en distributionskanal for leverandørerne. Et godt samarbejde med leverandørerne er vigtigt af mindst to årsager. For det første fordi vi ønsker at minimere risici i forbindelse med produktionen af varerne. Her tænker jeg eksempelvis på fødevarerens sikkerhed eller arbejdsforholdene dér, hvor varerne bliver produceret. Den anden årsag er, at vi i dialog med leverandøren kan påvirke, hvordan varesortimentet sammensættes, og kvaliteten af varerne. For eksempel ved at sørge for, at der er et ansvarligt udvalg, og at der hele tiden er nye ting, som er bedre for miljøet, bedre for økologien osv. På den måde kan vi indbyde kunderne til at få en oplevelse igennem de varer, de køber, og inspirere dem til at være med på at tage ansvar.

Initiativer

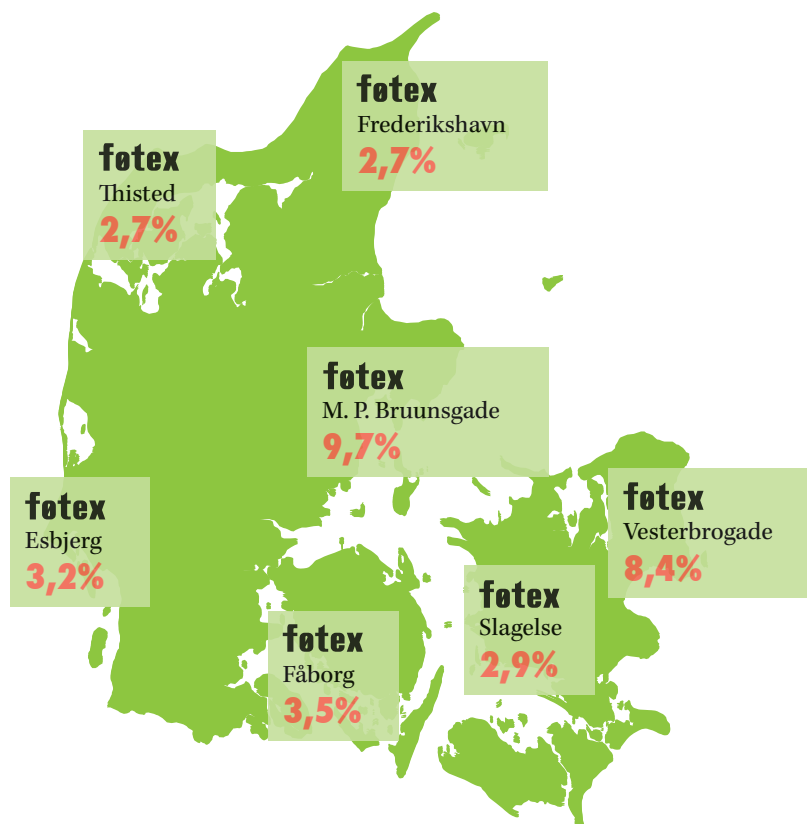
I Dansk Supermarked vil vi gerne sikre, at vi har det udvalg af ansvarlige produkter, som kunderne efterspørger. Vi prøver hele tiden at være en lille smule foran, men vi passer også på med ikke at være for langt foran. Er vi for langt foran, bliver produkterne ikke købt, og vi skaber spild og dermed unødvendige omkostninger for virksomheden og samfundet.

Vores CSR-strategi forholder sig til klimaspørgsmålet på flere områder.

Vi arbejder eksempelvis med donation af madoverskud. Vi har sat mål i forhold til at reducere madspild i vores egen forretning. Vi konverterer madoverskud til biogas. Og endelig arbejder vi med at hjælpe vores kunder til at mindske madspild i husholdningen. Vi er i gang med en analyse af danskernes husholdningsaffald for at finde ud af, hvad det konkret er, der bliver smidt ud, hvad årsagerne er, og om vi kan designe nogle løsninger på de områder, hvor der er størst madspild.

Når det drejer sig om klima, kommer vi ikke uden om, at det er vigtigt, at der bliver spist mere frugt og grønt. Her gør vi allerede en del. Netto er fx Danmarks største grønthandler. Det er faktisk sådan, at Netto sælger 75 % mere frugt og grønt, end den næste butikskæde på listen.

Økologi-andel af fødevareromsætning i udvalgte Føtex-butikker



Regionale forskelle

Økologi kan også være interessant i et klimaperspektiv. I Føtex har vi foretaget stikprøver rundt omkring i vores butikker for at se, hvordan købet af økologi fordeler sig regionalt i Danmark. Her ser vi, at der i Aarhus og i København og nogle af de store byer er stor efterspørgsel på økologiske varer. Men bevæger vi os ud til Thisted og Frederikshavn, så er det en anden sag. Her synes man måske, at økologi er noget overvurderet.

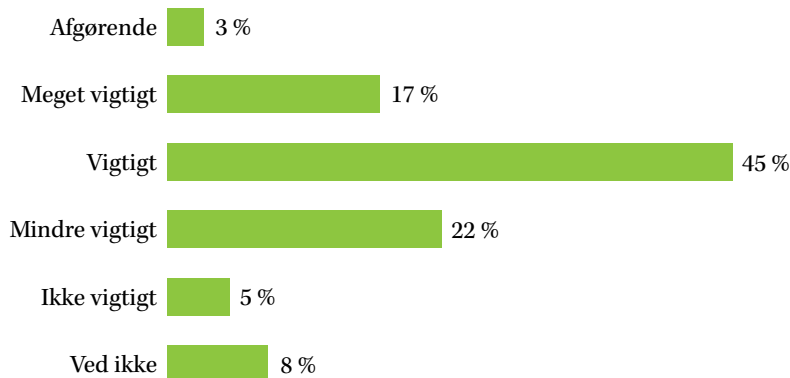
Det er for øvrigt det samme billede, vi ser, i forhold til andre ansvarlige produkter. Den regionale prioritering er vigtig at have med i sine overvejelser, hvis man ønsker at påvirke forbruget ud fra et klimaperspektiv. Hvis man virkelig skal derud, hvor det batter noget, så skal man have fat i hr. og fru Jensen i Thisted. Budskaberne skal også nå ud til dem, ellers får vi ikke flyttet os. Når det er sagt, så er det jo også en interessant pointe, at vi er supermarked for dem alle sammen, og at der derfor også skal være noget for enhver smag. Pensionister, studerende og borgere på overførselsindkomst skal også have tilgang til ordentlige og sunde fødevarer. Det er et socialt ansvar, som vi er os meget bevidste.

Et supermarked for alle

I efteråret spurgte vi 1.500 kunder, hvad de mente om CSR, og hvor vigtigt det var for deres valg af butik. 65 % mente, at det var vigtigt eller meget vigtigt. Men sammenlignet med andre faktorer, såsom beliggen-

Hvad betyder CSR for valg af butik?

Dansk Supermarked har spurgt 1.500 kunder, hvad de mener om CSR



hed, pris og udvalg, blev CSR rangeret lavest. Så det betyder noget for de mennesker, der allerede er kunder i butikken, men for at få dem ind i butikken, er det langt vigtigere, hvor butikken ligger, hvilken pris varen har, og hvilket udvalg vi har. Så enkelt er det.

Helt overordnet kan man inddele forbrugerne i tre grupper:

1. De engagerede, som både er motiverede og i stand til at købe varer med en ansvarlig profil
2. De ubekymrede, som er i stand til at handle ansvarligt, men ikke er motiverede til det
3. De begrænsede, som er motiverede, men ikke i stand til at handle derefter.

Groft sagt ligger der ca. 1/3 i hver gruppering. Lidt flere ”ubekymrede” og lidt færre ”begrænsede” (Global Monitor 2011).

Vi er supermarked for dem alle sammen. Vi kan forsøge at flytte kunder fra det ene segment til det andet, fx ved at arbejde med pris og udvalg. Måske kan vi inspirere kunderne til at købe en økologisk kylling om lørdagen, om ikke andet så engang imellem. På den måde kan vi stille og roligt arbejde med at gøre det interessant for forbrugerne at efterspørge de mere ansvarlige varer.

Jeg kan illustrere med et par eksempler. For vores fiskesortiment har vi et mål om, at al vores fisk skal være bæredygtigt certificeret eller lignende inden udgangen af 2016. Det er et konkret, langsigtet arbejde med leverandørerne for at flytte dem i en bestemt retning. Her vil kunderne opleve, at flere og flere varer i fiskesortimentet bliver enten ASC eller MSC certificeret – dvs. at udvalget af ansvarlige varer bliver større. Men faktisk er de også med til at støtte op om processen ved at købe fisk hos os, uanset om den konkrete fisk er certificeret, fordi efterspørgslen motiverer leverandøren til at leve op til vores krav.

Vi har også arbejdet med priserne, fx i føtex, hvor man netop har indført det, der hedder ”prismatch”, på økologisk kød. Dvs. at man i Føtex garanterer, at forbrugeren altid får Danmarks bedste pris på økologisk kød.

Udfordringer

Men pris, kvalitet og udvalg forbliver barrierer for at skabe efterspørgsel på ansvarlige varer. Jeg indledte med at konstatere, at danskerne elsker et godt tilbud. Det gør sig også gældende her. Hvis pris og kvalitet ikke hænger sammen, så køber vi ikke produktet – uanset hvor mange certifikater varen prydes med. Udvalg handler både om, at vi skal udvikle de varer, som danskerne efterspørger, men også om, at vi konkret skal have varen på hylden. Udfordringen er, at der er begrænset plads i en butik. Så selv om vi egentlig gerne ville have et stort bredt sortiment af forskellige varianter af eksempelvis svinekoteletter, så kan vi ikke få plads til det hele. Og når man er købmand, så vil man jo gerne have det, som kunden efterspørger. Det er en hårfin balance, og det kræver tålmodighed at introducere nye varer. Desværre er tålmodighed ikke en egenskab, der er udbredt blandt købmænd på grund af den generelt lave margin.

Af andre barrierer kan nævnes viden om, og tillid til, de mærker, som kommunikerer om produktet. Er der for mange mærker? Det er der nok. Er der tillid til mærkerne? Nogle kunder tænker: ”Nej, jeg er ikke helt sikker på det dér med Ø-mærket, om det nu egentlig er det, som de siger, det er”. Hvis vi ikke fjerner barriererne, går det ud over efterspørgslen. Manglende efterspørgsel påvirker prisen negativt, og vi kommer ind i en negativ spiral, hvor det bliver vanskeligere og vanskeligere at overbevise kunden om at købe varen.

Som tidligere nævnt er kunderne mere tilbøjelige til at handle ansvarligt, hvis købet tilfredsstillende et umiddelbart behov hos dem selv eller i familien. Vi sælger fx rigtig meget babytøj lavet af økologisk bomuld. Motivationen til at agere synes altså at være størst, når der er tale om det, der ligger tæt på, fx små børn og sundheden i familien. Omvendt er det svært at motivere kunderne med budskaber, der handler om noget udenfor dem selv – fx Fairtrade, dyrevelfærd og klimaforandring.

Selvom vi finder de rigtige budskaber, så er det stadig et faktum, at de fleste kunder er meget tidspressede. I Walmart har de undersøgt det og nåede frem til, at kunderne i deres butikker kun bruger mellem 5 og 6 sekunder i valget af en vare. Det kan godt være, at vores kunder bruger mere tid, men det er ikke meget. Konklusionen er, at det er et meget snæ-

vert kommunikationsvindue, vi har at gøre godt med – selv hvis vi har varen i den rigtige kvalitet og til den rigtige pris.

Den altafgørende dialog

Kunne man så ikke bare vælge at fjerne de varer, som ikke lever op til forudbestemte værdier. At fjerne varerne er en nem løsning i forhold til at kommunikere, at man tager et socialt ansvar. Problemet er blot, at langt de fleste kunder faktisk ønsker det frie valg. Når vi spørger dem, om vi skal fjerne eller beholde en vare, svarer langt de fleste, at de faktisk gerne vil have friheden til selv at vælge. Samtidig er den nemme løsning også den, der er mindst ansvarlig. Det er der to grunde til: For det første vil kunden i de fleste tilfælde blot købe varen et andet sted – formentlig vælger de så også at købe andre varer i den anden butik. Derved mister vi muligheden for at påvirke kunden i ansvarlig retning og samtidig mister vi hele indkøbskurven. Og den butik, som ikke fjerner varen, bliver belønnet. For det andet mister vi dialogen med leverandøren og dermed muligheden for at påvirke leverandørens fokus på ansvarlighed.

For ikke så længe siden valgte en af vores kolleger i branchen at fjerne skyllemidler fra hylderne. I den forbindelse interviewede TV-Avisen et antal kunder og spurgte dem om deres holdning til at fjerne produktet fra butikkerne. En af kunderne sagde: ”Det gør ikke noget, for jeg ved jo, hvor jeg kan finde det henne, hvis jeg vil have det”. Og det er lige præcis det, der er humlen. Hvis det er en vare, som kunderne vil have, så går de et andet sted hen og køber den. Og hvad har vi så opnået – ingenting! Vi har mistet kunden, vi har meldt os ud af samtalen med både kunden og leverandøren, og så kan vi ikke længere gøre en forskel, selv hvis vi ville.

For os er det ikke det første valg at fjerne varer, der ikke lever op til et bestemt sæt værdier. Vi er supermarked for hele Danmark og har et socialt ansvar for at levere gode sunde produkter til alle uanset økonomisk formåen. Hvis vi skal flytte noget på ansvarligheds agendaen, så er vi nødt til at fastholde samtalen med både kunderne og leverandørerne. Vi skal løfte vores ansvar, og det kan vi klart blive bedre til, men uden samtalen med kunderne og leverandørerne, så går det ikke. Vi ved godt, at det ikke er den nemme løsning, men vi er overbevist om, at det er den rigtige.

Litteratur

Global Monitor. 2011. *21 marked average*. <http://thefuturescompany.com/free-thinking/how-to-sustain-sustainability/>. Lokaliseret 3. december 2014.



FAIR TRADE KLIMA ØKOLOGISK GMO MODIFICERET STRÅFORKORTER
ERTINGER PESTICIDER BÆREDYGTIG MILJØ POLITIK ANSVAR ETISK FO
ERBICIDER ORGANISK TRANSPORT RESSOURKLIMAVENLIG REGNSKO
TER LANDBRUG VALGFRIHED BOIDYNAMISK MILJØBELASTNING NATU
MODIFISERET FORØN UDVIKLING FORURENING GENBRUG FAIR TRAF
LOGISK GMO MODIFICERET STRÅFORKORTER KLIMA FORANDRINGER
REDYGTIG MILJØ POLITIK ANSVAR ETISK FORBRUGER MSC HERBICID
TRANSPORT RESSOURKLIMAVENLIG REGNSKOV PRODUCETER LAND
HED BOIDY NAMISK MILJØBELASTNING NATUR ØKOSYSTEM BIODIVE
UDVIKLING FORURENING LANDBRUG TRANSPORT ETISK FORBRUGER
KLIMA ØKOLOGISK GMO MODIFICERET STRÅFORKORTER KLIMA FORA
STICIDER BÆREDYGTIG MILJØ POLITIK ANSVAR ETISK FORBRUGER M
ORGANISK TRANSPORT RESSOURKLIMAVENLIG REGNSKOV PRODUCE
BRUG VALGFRIHED BOIDYNAMISK MILJØBELASTNING NATUR ØKOSY

DET POLITISKE ANSVAR



Forbrugeren kan ikke være frelseren

Minister for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, Dan Jørgensen

Som forbrugere har vi et medansvar for at begrænse klimaproblemerne via vores valg ved hylderne. Men hovedansvaret ligger hos politikerne og erhvervslivet

En af de største skuffelser i mit politiske liv var klimatopmødet COP 15 i København i 2009. Trods massiv fokus, intens forberedelse og store forhåbninger lykkedes det ikke at vedtage en bindende aftale, der kunne hindre den globale opvarmning i at løbe løbsk.

Det nedslående var ikke kun, at forhandlingerne brød sammen. Det nedslående var især oplevelsen af, at det politiske system havde spillet fallit. Vi havde alle muligheder, og alligevel kunne vi ikke blive enige om at redde kloden!

Den oplevelse var jeg ikke ene om.

De seneste år har den svigtende tiltro til det politiske system betydet, at mere og mere ansvar er blevet lagt på forbrugerne. Med pengepungen som håndvåben skal forbrugeren redde indlandsisen fra at smelte og regnskoven fra at forsvinde – når nu politikere og erhvervsliv ikke kan. Forbrugerne har selvfølgelig et ansvar. Men både politikere og erhvervsliv skylder at gøre endnu mere – vi bærer hovedansvaret.

Klima og fødevarer

Fødevarersektoren spiller en vigtig rolle i kampen mod den globale op-



SE VIDEO med Dan Jørgensen: 'Forbrugeren kan ikke være frelseren'.

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-dj

varmning – og det, vi spiser, påvirker altså i høj grad klimaet. Tal fra tænketanken Concito viser, at danskernes forbrug af mad og drikkevarer nu belaster klimaet mere end vores energiforbrug (Concito 2010). Opgørelser fra EU-kommissionens ”Joint Research Center” viser, at produktion og forbrug af fødevarer udgør mellem 22 % og 31 % af EU landenes samlede udledning af drivhusgasser (Tukker et al. 2006). Kød er den type fødevarer, som giver det største klimaaftryk efterfulgt af mælk, smør og ost. De laveste klimaaftryk kommer fra de plantebaserede fødevarer som frilandsgrøntsager, mel, gryn og bælgfrugter.

Forbrugeren som frelser?

Et gammelt ordsprog lyder: ”Kunden har altid ret”.

Det er muligvis rigtigt, men hvis kunden ikke kan gennemskue konsekvensen af sine valg, bliver det meningsløst at lægge ansvaret for klimakampen hos forbrugeren. Ofte er virkeligheden så kompliceret, at forbrugeren – trods oplysning – kan have svært ved at handle ind efter sine idealer. Her er tomater et godt eksempel.

Dyrkning af tomater kræver meget sol og varme – mere end vi har i Danmark. Derfor må vi dyrke vores tomater i drivhuse. Det kræver energi, som udleder CO₂, og derfor er det ofte sådan, at frilandstomater fra syden er mere klimavenlige end vores lokale. Også selvom de skal sejles eller køres hele vejen herop. Til gengæld anvender vi færre pesticider i den danske tomatproduktion, end de gør sydpå. Vi har et minimalt vandforbrug, ordentlige vilkår for plukke-arbejderne og højt fokus på energi-effektivitet. Så når forbrugeren står og skal vælge mellem de spanske og danske tomater, skal han eller hun altså forsøge at balancere mellem at redde klimaet eller støtte ordentlige arbejdsforhold og færre pesticider.

Eksemplet viser, at man som forbruger kan have de bedste intentioner og omfattende viden – og alligevel have svært ved at navigere ved køledisken.

Samtidig er det umuligt som forbruger at vide, hvordan fødevarerne er blevet fragtet hertil. Er transporten foregået med skib, er klimabelastningen lille – er transporten foregået med fly, er klimabelastningen stor. Når

det er sagt, er der dog nogle hovedregler, som man kan holde sig til som klimabevidst forbruger. Man skal som udgangspunkt spise lokalt, efter årstiden og mest muligt frugt og grønt. Derfor indgår disse klimavenlige anbefalinger også for første gang i de nye officielle kostråd. Men oplysningsindsatsen kan ikke stå alene, og ansvaret kan ikke alene lægges på skuldrene af den etiske forbruger.

Politikernes ansvar

Vi politikere har et stort ansvar for at regulere og understøtte en klimavenlig udvikling. Vi skal ikke give op, fordi vi ikke kan blive enige på de store klimakonferencer. Vi skal blive ved med at arbejde for fælles, bindende klimamål. Men vi skal i lige så høj grad sikre, at vækst og klimahensyn kan gå hånd i hånd.

I Danmark er vi allerede kommet langt. I min barndom fik jeg altid at vide, at jeg skulle spise op og spare på elektriciteten. I dag producerer vi så meget grøn energi i Danmark, at det groft sagt er mere klimabelastende at spise kødsovs til spaghetten end at glemme at slukke lyset. Den udvikling er ikke kommet af sig selv. Den skyldes, at visionære politikere som Svend Auken og andre støttede den vedvarende energi, selvom vi havde masser af olie i Nordsøen. Det skal vi politikere blive ved med at gøre. Gennem målrettet økonomisk støtte og langsigtet regulering skal vi for eksempel skabe en udvikling, hvor vi som samfund får langt mere værdi ud af landbrugets restprodukter. Hvor vi omdanner halm og græs til proteiner, olier, sukkerstoffer og fibre, der kan bruges til foder og grøn energi. Derfor har regeringen og de øvrige partier bag energiforliget fra 2012 en målsætning om, at 50 % af husdyrgødningen skal omdannes til biogas inden 2020. Regeringens biogas-mål vil have en ligeså positiv klimaeffekt som at plante skov (som optager CO₂) på et areal på størrelse med Bornholm og Langeland tilsammen.

Vi skal som politikere skabe mulighed for, at vores husdyrproduktion mindsker udledningen af metan og andre klimagasser, så vi kan undgå at begrænse husdyrproduktionen. Med en bred kvægaftale fra foråret har regeringen og erhvervet sat sig som mål at udvikle en såkaldt "klimako". Ved at kigge på alt fra fodersammensætning til genetik skal fremtidens kvægproduktion give mindre udledning af metangas fra ko-maverne –

men samme høje mælkeproduktion. Samtidig har regeringen sat gang i et såkaldt månegrisprojekt, som skal gøre det muligt at bygge en modelstald i 2017 med langt færre udledninger.

Og så skal vi gøre noget ved vores madspild. Hvert år smider danske supermarkeder, fødevarerirksomheder og kantiner over 300.000 tons spiseligt mad ud (Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri 2010). Og 20 % af danskernes indkøb ender i skraldespanden (Thorsen et al. 2012). FAO vurderer, at en tredjedel af alle fødevarer ender i skraldespanden på verdensplan. Det svarer til ca. 1,3 mia. tons mad om året (Gustavsson et al. 2011). Madspildet er et klimamæssigt problem, fordi dyrkningen, forarbejdningen, pakningen og transporten af de kasserede fødevarer er med til at belaste klimaet – til ingen verdens nytte. Derfor sætter regeringen ind overfor madspild ved blandt andet at ændre reglerne for mærkning om holdbarhed, så vi ikke ansporer til, at man smider mere mad ud end nødvendigt.

Disse og andre initiativer er eksempler på områder, hvor politikere kan og bør støtte og regulere for at skabe en mere klimavenlig udvikling – uafhængig af forbrugernes umiddelbare præferencer.

Erhvervets ansvar

Sidst, men ikke mindst, har erhvervslivet et stort etisk ansvar for, hvordan de producerer vores fødevarer, hvilke råvarer de bruger, og hvad der ender på hylderne.

For nylig deltog jeg i CSR-fondens årlige CSR-awards i Holstebro. Det er flot og prisværdigt at se, hvordan mange danske virksomheder kaster sig ind i kampen for at gøre verden til et bedre sted og samtidig meddeler, at det er godt for bundlinjen. Særligt på klimaområdet er ansvarlighed en god forretning. For eksempel viser et nyt studie fra den amerikanske organisation "Carbon Disclosure Project", at de mest klimavenlige virksomheder i USA har et aktieafkast, der er 18 % højere, end virksomheder der ikke er helt så klimavenlige (Clark, Feiner & Viehs 2014).

Heldigvis er Danmarks fødevarersektor helt med fremme på klimaområdet. De sidste 25 år har dansk landbrug for eksempel formået at mindske klimabelastningen og samtidig producere mere (Landbrug & Fødevarer

2013). Det er en flot bedrift, men der er stadig plads til forbedringer, når man ser samlet på fødevaresektoren. Mange af de vigtige beslutninger på klimaområdet bliver nemlig hverken taget i Folketinget, regeringen eller i Fødevareministeriet. De bliver taget på direktionsgangene og indkøbskontorerne hos de danske fødevarevirksomheder og butiks- og supermarkeds kæder.

For eksempel bliver mange af vores fødevarer fragtet rundt i hele verden, før de ender på vores spiseborde. Det kan kun lade sig gøre på grund af lave fragtpreiser og lave lønninger i mindre velstående lande. Men når hindbær, jordbær og blåbær bliver fløjet hertil fra Afrika, er det klimaet, der betaler prisen. Og sidste år var det næsten umuligt at opdrive en dansk bønne i supermarkederne, fordi detailhandlen havde købt billigt ind i udlandet. Samtidig rådnede de gode danske bønner på markerne.

Kastrup Lufthavn er hvert år vidne til, at tonsvis af forsendelser med frugt og grønt passerer gennem lufthavnen. Hver gang et kilo grønt kommer med luftfragt, belaster det klimaet med 10 kilo CO₂. Det svarer til at brænde tre liter benzin af, og beregninger viser, at hvis varerne transporteres med fly, kommer over 90 procent af varens klimabelastning fra transporten (Concito 2010). Denne klimabelastning er uigennemskuelig for forbrugeren, og den er vanskelig at lave mærker og internationale politiske aftaler for. Derfor har danske virksomheder et etisk ansvar for den klimabelastning, de er med til at skabe, ved fx at købe varer, der er fragtet hertil med fly.

Det samme er tilfældet, når vi importerer ikke-bæredygtig soja fra Sydamerika. Ifølge Verdensnaturfonden bidrager den ikke-bæredygtige sojaproduktion til, at der hvert år forsvinder 4 mio. hektar skov alene i Sydamerika (WWF u.å.). Skov, som skulle optage den CO₂, som i stedet forsvinder op i atmosfæren og bidrager til den globale opvarmning. Og hvorfor er hvert sjette æble i den danske detailhandel af mærket Pink Lady, som bliver fragtet hertil fra Sydeuropa, når der lige nu er højsæson for æbleproduktionen i Danmark?

Selvom Danmarks fødevaresektor på mange måder går foran i kampen mod klimaudfordringerne, så er der stadig meget at gøre. Til syvende og sidst er kampen mod klimakaos hverken kun forbrugernes, politikernes

eller virksomhedernes ansvar. Og det er heller ikke et valg mellem vækst eller bæredygtighed. Det er en fælles opgave, hvor hovedansvaret ligger hos politikerne og erhvervslivet, og hvor vækst og klimavenlige løsninger går hånd i hånd.

Litteratur

Clark G.L, A. Feiner og M. Viehs. 2014. *From The Stockholder to the Stakeholder*. <http://www.smithschool.ox.ac.uk/accessibility.php>. Lokaliseret 25. november 2014.

Concito. 2010. Forbrugerens klimapåvirkning. http://concito.dk/files/dokumenter/artikler/rapport_forbrugerens_klimapaavirkning_udgivelser_21_3706498019.pdf. Lokaliseret 25. november 2014.

Gustavsson, J., C. Cederberg, U. Sonesson, R. V. Otterdijk and A. Meybeck. 2011. *Global Food Losses and Food Waste*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

Landbrug & Fødevarer. 2013. *Klimaeffektiv produktion i landbruget*. København: Landbrug & Fødevarer.

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. 2011. *Madspild i Danmark*. København: Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Thorsen, A., L. Mogensen, M.S. Jørgensen og E. Trolle. 2012. *Klimaorienterede kostråd*. Søborg: Fødevareinstituttet.

Tukker, A., G. Huppes, J. Guinée, R. Heijungs, A.D. Koning, L.V. Oers, S. Suh, T. Geerken, M.V. Holderbeke, B. Jansen, P. Nielsen, P. Eder og L. Delgado. 2006. *Environmental Impact of Products (EIPRO)*. Spain: European Commission Joint Research Center.

WWF. *Soy, you & deforestation*. U.å. http://wwf.panda.org/what_we_do/footprint/agriculture/soy/consumers/. Lokaliseret 25. november 2014.

Fødevarer – hvad må staten blande sig i?

Lektor Morten Ebbe Juul Nielsen, Københavns Universitet

Intro

Alle fornuftige mennesker er enige om, at demokrati er den mindst ringe politiske styreform – eller endda at det er en ganske god styreform – i hvert fald hvis omstændighederne er nogenlunde gunstige¹.

Omvendt er alle fornuftige mennesker enige om, at der må være visse grænser for, hvad demokratiske stater kan beslutte – uanset om et flertal ville bakke op om beslutningen. Et demokratisk flertal kan ikke med rette bestemme, at alle rødhårede skal betale ekstra skat. Staten skal ikke bestemme, hvilken karriere individet vil forfølge. Et politisk råd skal ikke bestemme, hvem den enkelte skal danne par med.

Så der er rimelig konsensus om, at demokratiske stater har ret til at udøve magt og om, at denne magtudøvelse på forskellige måder skal være begrænset. Der er noget, som ikke er statens område; der er altså ting, som individer har ret til at bestemme over uden statens diktater. Herefter hører enigheden op. For grænserne for statens legitime magtudøvelse

¹ Jeg vil gerne sige tak til forskningsgruppen *Disagreement and Legitimacy* og arbejdsgruppen for politisk filosofi, begge filosofi, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet, for løbende diskussioner, der har været relevante for denne artikel. Jeg skal også takke Københavns Universitets 2016-projekter *Global Genes*, *Local Concerns* og *Governing Obesity* for økonomisk støtte, samt for diskussioner med kolleger på Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, SCIENCE, Københavns Universitet.



SE VIDEO med Morten Ebbe Juul Nielsen: 'Fødevarer – hvad må staten blande sig i?'

www.etiskraad.dk/etiskforbrug-mejn

er der – siden John Stuart Mill stillede det centrale spørgsmål for den politiske filosofi – ikke opnået enighed om.

De fleste vil nok erklære sig enige i, at staten ikke skal detailregulere vores fødevarerforbrug. Det, vi spiser, og måden vi spiser på, er dybt personligt og ofte forbundet med stærke personlige, sociale, og kulturelle forestillinger, som de færreste ønsker skal gøres til genstand for statslig tvang. Omvendt vil det store flertal også erklære sig enige i, at staten legitimt kan påvirke vores forbrug gennem både ”bløde” tiltag – kampagner, oplysning, undervisning af vores børn osv. og, i visse tilfælde, gennem ”hårde” tiltag som afgifter, bøder til firmaer der ikke lever op til grundlæggende fødevarer sikkerhedskrav osv. Som indikeret ved det sidste eksempel vil der særlig være tilnærmelsesvis konsensus om lovgivning, der beskytter *helt basale samfundsmæssige interesser*, fx ift. giftige eller fordærvede fødevarer, snyd der er farligt for forbrugerne og lignende tilfælde. Men igen er der ikke konsensus om de finere detaljer. Jeg er fx ret overbevist om, at der er dem, der gerne, på egen risiko, ville købe upasteuriseret råmælksost direkte fra landmanden, men det er ikke umiddelbart tilladt i Danmark. Og det er vanskeligt at se, at der er tale om *helt basale samfundsmæssige interesser*, når det drejer sig om enkeltindivider, der utvunget påtager sig en (ekstremt lille ekstra) risiko.

Men andre tilfælde kan bedre placeres i denne kategori, i hvert fald ved første øjekast. Jeg vil fokusere på to emner, nemlig regulering af *kødforbruget* af klimahensyn og *GMO* (genetisk modificerede organismer). For begge tilfælde kan det, igen, i hvert fald umiddelbart, argumenteres, at der er basale samfundsmæssige interesser på spil. Argumentet for regulering af kød kunne være, at denne vare er klimabelastende, at vi har en basal samfundsmæssig interesse i at afværge de værste eventuelle følger af klimaforandringer, og at vi derfor har en grund til fx at lægge en afgift på forbruget af kød, der dels vil begrænse forbruget, dels kan finansiere andre initiativer, der kunne begrænse klimaforandringerne eller afhjælpe de uheldige følger af klimaforandringerne. For GMO's vedkommende kunne argumentet være, at GMO'er har skadelige helbredseffekter.

Som sagt er der ikke enighed om grænserne for statens legitime magtudøvelse. Der vil heller ikke være umiddelbar enighed – heller ikke blandt fornuftige mennesker - om, hvorvidt de to grunde netop angivet er stær-

ke nok til at legitimere indgreb fra statens side.

Det er i lyset af denne *fornuftige* (eller, som det senere skal hedde, *ræsonnable*) uenighed, dette indlæg fortsætter. Til det skal lægges et andet sæt af præmisser. Hvis vi tager det alvorligt, at også ellers fornuftige borgere kan være uenige i den slags spørgsmål, men at vi samtidig *stadig ønsker at behandle borgerne som fri og lige*, hvilket blik ender vi da med at anlægge på grænserne for statens legitime magtudøvelse? Det er præmisserne for den efterfølgende diskussion.

Afsnit 2 og 3 i det nedenstående prøver at udrede den netop skitserede tankegang på et både fundamentalt og overordnet plan, og de er derfor temmelig teoretiske. Den, der ikke har tålmodighed med den slags, kan gå direkte til afsnit 4 for at se på nogen af de substantielle konklusioner, der trækkes frem i forhold til staten og regulering af fødevarer.

Pluralisme og legitimitet

Den politiske filosofis hovedspørgsmål angår altså hvilke politiske beslutninger, der er legitime, moralsk set. "Beslutninger" skal forstås bredt, som love, indretninger af samfundsmæssige institutioner, osv. "Legitim" skal forstås specifikt moralsk. Empiriske discipliner som statskundskab og beslægtede kan se på legitimitet ift. et givet sæt af regler og procedurer. Fx vil det være et empirisk juridisk spørgsmål, om en given beslutning, taget af den danske regering, er "legitim" ift. EU's principper og love. Et andet, overvejende empirisk spørgsmål om legitimitet kan være, om et politisk tiltag anses som "demokratisk legitimt", altså om det rent faktisk har et flertal i befolkningen bag sig. Det er ikke de former for legitimitet, som den politiske filosofi (primært) fokuserer på. Den politiske filosofi ser på, hvilke politiske beslutninger, der kan være legitime, uanset hvad et givent lovkompleks eller et givent flertal siger eller ikke siger. Den ser med andre på, hvordan politiske beslutninger bør være.

Det betyder imidlertid ikke, at den politiske filosofi anser empiriske omstændigheder for at være irrelevante. Tværtimod har den politiske filosofi over de sidste små 30-40 år været domineret af diskussionen af, hvad legitimitet kan være set i lyset af den vidt- og dybtgående pluralisme, der kendetegner ethvert samtidigt demokrati. Diskussionen tog for alvor fart med udgivelsen af John Rawls' *Political Liberalism*, hvor Rawls definerede

det grundlæggende politisk-filosofiske spørgsmål som følger:

How is it possible that there may exist over time a stable and just society of free and equal citizens profoundly divided by reasonable though incompatible religious, philosophical, and moral doctrines. (Rawls 1993 p. Xviii)

Det er ikke en overdrivelse, hvis man siger, at dette er en af de vigtigste sætninger for den samtidige politiske filosofi. Det er instruktivt at pakke sætningen ud i detaljer, selvom der her kun kan kradses lidt i overfladen.

For det første stillede Rawls spørgsmålet om, hvordan det var muligt at have et stabilt samfund (et samfund der er robust over tid, har tilstrækkelig opbakning fra brede dele af befolkningen og så videre) af fri og lige borgere. Med fri og lige skal forstås den videst mulige individuelle mulighed for at leve det liv, man ønsker, foreneligt med alle andres mulighed for at leve som de ønsker. Der er både ”positive” og ”negative” elementer af denne frihed: for Rawls drejede det sig både om at sikre individet mod overgreb fra staten eller andre kollektiver, og om at give individer tilstrækkelige ressourcer til faktisk at kunne efterfølge muligheden for at leve det liv, som de ønsker. Men i denne sammenhæng er det vigtigere, at det følger, at statens magt til at definere det gode liv for den enkelte indskrænkes radikalt: maximeringen af individuelle muligheder for at prøve at leve det gode liv betyder, at staten ikke skal blande sig i, hvad det gode liv er for den enkelte. Og endnu vigtigere: begrænsninger på fri borgeres handlemuligheder skal legitimeres og begrundes, fx i hensynet til alles fri handlemuligheder.

For det andet lagde Rawls vægt på, at vi er dybt splittede hvad angår indbyrdes inkompatible religiøse, filosofiske og moralske overbevisninger (formuleringen er her måske en smule misvisende; det, Rawls var ude efter, var at karakterisere vores dybe, personlige, og så at sige førpolitiske grundholdninger, hvilket han så udtrykte som ”religiøse, filosofiske og moralske doktriner”). Dette er den ene karnedel af ”pluralisme”: det er håbløst ude af trit med virkeligheden at postulere (eller håbe på) et stort politisk værdifællesskab, når det angår vores dybe personlige opfattelser af det gode liv, som det udtrykkes i vores grundholdninger. Siden udgangspunktet er, at vi som borgere er fri og lige, umuliggør det legiti-

miteten af politikker, der begrundes i disse dybe – og altså inkompatible – grundholdninger.

For det tredje betonedes Rawls, at denne pluralisme – eller dele af den – er ræsonnabel, ”fornuftig”. Med det skal vi forstå, at der ikke er et privilegeret standpunkt, hvorfra nogen med rette kan sige, at denne eller hin dybe, personlige overbevisning er bedre eller sandere end den anden. Alle har ret til at efterleve deres egen vision om deres eget liv (så længe andres ret til det samme respekteres), men ingen har ret til at pådutte andre deres egen opfattelse af det gode liv. Dette fører igen til, at staten ikke kan føre politikker, der begrunder sig i dybe, personlige opfattelser af det gode – fx angående hvilke fødevarer, der er lødige, gode, sunde osv.

Dette opsummeres normalt i det såkaldte ideal om begrundelsesneutralitet. Og de følgende tre afsnit baserer sig på ”Statslig neutralitet og uenighed om kendsgerninger” (Andersen og Nielsen 2014). Staten skal være neutral i forhold til (kontroversielle) forestillinger om det gode liv, når den begrunder sine grundlæggende institutioner, love og politikker, fordi den kun derved kan vise lige respekt for alle borgere.

Kun argumenter, der er neutrale i forhold til opfattelser af det gode liv, er politisk legitime. Ideen er, at ulige (politisk) respekt skyldes manglende respekt for individers opfattelse af det gode liv. Fjerner man argumenter baseret på divergerende opfattelser af det gode liv fra det politiske, er det muligt at træffe politiske beslutninger samtidig med, at alle vises lige respekt!

Her vil nogle læsere måske studse over, hvordan man på én og samme tid kan forfægte en række værdier (frihed, lighed, tolerance og så videre) og samtidig nægte, at opfattelser af det gode liv må optræde i begrundelser for politiske beslutninger. Hertil er svaret, at ikke alle (moralske) værdier angår, eller hidrører fra, opfattelser af det gode. Nogle moralske værdier angår retfærdighed, og netop disse værdier kan fungere som moralske præmisser i argumenter for, hvordan staten bør indrettes og agere. Selvom skellet mellem det gode og det retfærdige er ganske vanskeligt at sætte på formel, og er genstand for megen kontrovers, er en definerende forskel følgende: Plausible forestillinger om retfærdighed er i sig selv neutrale i forhold til en lang række mere specifikke forestillinger om det

gode liv. Fx siger Rawls' fordelingsprincipper intet om, hvordan de fordelte ressourcer bør anvendes.

Vi har i det ovenstående set lidt på, hvilken rolle (ræsonnabel) pluralisme spiller for legitimitet, givet at vi ønsker at anskue borgerne som fri og lige. Man kan selvfølgelig enten a) benægte at pluralismen er ræsonnabel – det er det fx religiøse fundamentalister gør, når de vil gennemtvunge specifikke religiøse krav. For reflekterede mennesker er det ikke farbar vej. b) benægte at staten skal være legitim. Dem, der mener, at politik til syvende og sidst kan reduceres til et spil om at få ens tilfældige interesser fremmet, vil ikke mene, at staten behøver at være legitim i den forstand, som er beskrevet ovenfor. I det mindste kan vi forvente en ærlighed fra dem, der forfægter en sådan holdning, og en udmelding om at de varetager særinteresser. Eller, c) man kan benægte, at staten bør behandle ræsonnable borgere som fri og lige. Man kan med andre ord mene, at staten – eller man selv, i hvert fald – ved bedst. Dette appellerer givetvis til en del personer, men spørgsmålet er, om vi bør betro den slags mennesker politisk magt?

Under alle omstændigheder skulle vi nu have et blik for, hvilke typer af politiske beslutninger, der ikke er legitime under den ræsonnable pluralismes vilkår. Men her melder der sig et nyt spørgsmål, nemlig hvilke beslutninger der så er legitime.

Legitime beslutninger under pluralismens vilkår

For at indkredse spørgsmålet er det nødvendigt at se nærmere på begrebet "ræsonnabel pluralisme". For, som navnet antyder, så er det ikke enhver form for pluralisme, der er ræsonnabel. Problemet – for den der vil tage det alvorligt, at borgerne skal anskues som fri og lige på trods af pluralismen – er hvorledes denne ræsonnabilitet nærmere skal karakteriseres. For dette vil i sig selv være et kontroversielt spørgsmål, som der ikke er fuld konsensus om, hvorledes skal besvares.

Besvarelsen af spørgsmålet om, hvorledes vi skal beskrive ræsonnabel pluralisme, og hvordan vi skal handle i lyset af denne pluralisme, er central for megen af den forskning, der er opstået i kølvandet på Rawls, særligt indenfor den forskningstradition, der kendes som public reason. Det følgende trækker blandt andet på "The Order of Public Reason: A

Theory of Freedom and Morality in a Diverse and Bound World” (Gaus 2010) og ”Public Reason” (Quong 2013). Grundtrækkene er som følger: Regler (eller principper, eller politikker, eller beslutninger) er legitime, for så vidt de kan begrundes i ideer, værdier, eller argumenter, som ræsonnable personer, givet et eller andet moderat niveau af idealisering, faktisk anerkender eller accepterer (Quong op.cit.). Idealisering vil, groft sagt, sige, at vi laver visse, plausible antagelser om personers motivation og rationalitet under forudsætning af, at disse personer er motiverede af et hensyn til at ville betragte andre personer som fri og lige. De:

- Er parate til at følge regler, som de selv foreslår, givet andre følger dem (gensidighed)
- Foreslår kun regler, som de oprigtigt mener, kan anerkendes eller accepteres af alle påvirkede (oprigtighed)
- Er, eller ville være, parate til at følge reglerne, selv hvis de er en byrde, og også hvis de indtog enhver anden påvirkets sociale position (reversibilitet)
- Er, alt andet lige, villige til at indgå kompromisser: de er motiverede (også) af at finde fælles regler, og ikke kun af at finde regler, der favoriserer deres egen position (kompromisvillighed)

Disse er nødvendige (muligvis tilstrækkelige) betingelser for både ræsonnable personer og ræsonnable regler (principper, politikker, eller beslutninger).

Konklusioner

Vi kan nu se nærmere på de to cases eller emner, spørgsmålet om regulering (afgifter) på kød af klimahensyn, og spørgsmålet om regulering af GMO'er.

Ræsonnable borgere vil have to forskellige typer af uenigheder vedrørende disse emner. De vil have faktuelle uenigheder af forskellig art. Vedrørende kød og klima vil de fx være uenige om realiteten af global opvarmning, men også om effektiviteten af afgiftspålæggelse, og om dennes relative effektivitet i forhold til andre tiltag. I forhold til GMO vil de fx være uenige om, hvorvidt der er dårlige helbredseffekter forbundet med GMO. Selvom vi ikke nu har et endegyldigt svar på disse spørgsmål, så er vi berettigede i at hævde, at der faktisk er et svar – der er, som man siger,

”a fact of the matter”. Men ingen af os er i en privilegeret epistemisk position, hvor vi kan sige, at vi nu ved præcist, hvad der er tilfældet.

Der er god grund til at sige, at *ræsonnable* personer qua *ræsonnable* ikke ”står stejlt” på særlig mange faktuelle udsagn, eller, i det mindste, at de indrømmer muligheden for, at deres faktuelle overbevisninger ikke er en akkurat afspejling af virkeligheden, når andre *ræsonnable* personer har andre faktuelle overbevisninger. Ikke desto mindre antager jeg, for det følgende, at *ræsonnable* borgere også tilskriver, hvad man kunne kalde ”mainstream”-videnskaben – den overordnede, tilnærmelsesvis konsensus i forskningen, hvor en sådan findes – en særlig epistemisk status – i hvert fald når det giver mening at tale om en overordnet, tilnærmelsesvis konsensus. I klimaspørgsmålet er der en sådan konsensus om, at global opvarmning er eller bliver en realitet, og at reduktion af CO₂ (og andre drivhusgasser) er en effektiv måde at begrænse opvarmningen. I spørgsmålet om GMO er konsensus, at der ikke er nogle dårlige sundhedseffekter forbundet med dyrkning eller indtagelse af GMO. Med dette in mente vil jeg gå videre og se på den anden type af uenigheder mellem *ræsonnable* borgere vedrørende disse emner, nemlig værdimæssige uenigheder.

At vi kan forudsætte – om ikke andet for argumentets skyld – at *ræsonnable* borgere følger mainstreamvidenskabens bud på, hvad der er fakta, når denne har en tilnærmelsesvis konsensus om dette eller hint, betyder ikke, at *ræsonnable* borgere vil være enige om, hvordan vi bør handle. For videnskaben siger intet om værdier. To forskellige borgere kan derfor sagtens erklære sig enige i, at en afgiftspålæggelse er, eller kan være, et effektivt redskab til at begrænse dårlige følger af klimaændringer, men være uenige om, hvorvidt vi hellere bør forfølge andre, måske mere effektive, politikker, eller om typen og størrelsen af afgiften osv. Det samme gælder GMO. *Ræsonnable* borgere kan fx være enige om, at GMO ikke har nogen dårlige sundhedseffekter, men være uenige om, hvorvidt man alligevel bør regulere brugen af hensyn til ikke-*ræsonnable* borgere, der stadig er bekymrede.

I den public reason-tankegang, jeg har skitseret ovenfor, antages der dels en form for kompromisvillighed blandt *ræsonnable* borgere (en *ræsonnable* borger er parat til at acceptere, at hun ikke altid får sin foretrukne

politik gennemført), og dels et oprigtighedskrav: ræsonnable borgere vil kun fremlægge principper og politikker, som de oprigtigt mener, andre ræsonnable borgere ville kunne acceptere. Det sidste kan, som indikeret, også udtrykkes som et ”reversibilitetskrav”: en ræsonnabel borger foreslår kun principper og politikker, som hun ville acceptere, hvis hun var enhver anden ræsonnabel borger, der berøres af princippet. ”Også hvis jeg var i dine sko, med dine holdninger og værdier, ville jeg acceptere denne politik.”

For at illustrere: Lad os antage, at vi har en ræsonnabel borger, A, som ikke alene er overbevist om, at en reduktion af kødforbruget ville have gavnlige klimaeffekter; A er også overbevist vegetar. For A ville den personligt foretrukne politik simpelthen være at forbyde produktion af kød. Men A er ræsonnabel og ved derfor også, at ikke alle er vegetarianere, og at dette er ræsonnabelt. Derfor vil A ikke foreslå et forbud mod produktion af kød. Antag også B som er overbevist om, at en reduktion af kødforbruget ville have gavnlige klimaeffekter, men B ønsker også fortsat at have muligheden for at spise kød. B’s foretrukne politik kunne rimeligvis være, at vi ikke skal afgiftspålægge kød. Men B er ræsonnabel, og indrømmer derfor, at andre ræsonnable borgere mener, at vi bør gøre noget for at begrænse forbruget af kød.

Hverken A eller B kan, som ræsonnable borgere, foreslå deres foretrukne principper, da de som ræsonnable borgere indser, at ikke alle ræsonnable borgere ville kunne acceptere dem. Men de kan mødes om principper (eller snarere politikker) som ganske vist ikke er deres foretrukne principper, men som er bedre end fraværet af principper for området overhovedet. Set fra A’s side ville den næstbedste politik måske være en stor afgiftspålæggelse, der kraftigt nedsatte kødforbruget, tredjebedste en moderat afgiftspålæggelse osv., ned til en politik, der påvirker forbruget, men som ikke forhindrer nogen i at spise kød. Set fra B’s side ville den næst-bedste politik måske være en minimal afgiftspålæggelse af symbolsk karakter, derefter en lidt større, op til en politik, der påvirker forbruget, men som ikke forhindrer nogen i at spise kød.

Og netop her er der så en mulighed for at opnå en overlappende konsensus. Der er en politik, som de begge ville foretrække, frem for ingen politik på området, nemlig den sidstnævnte politik. Ganske vist får ingen

af dem indfriet deres foretrukne politik, men de kan betragte hinanden som fri og lige borgere, fordi de begge accepterer den nævnte politik frem for ingen politik på området. Naturligvis, hvis der ikke er et sådant princip eller en politik, som de foretrækker frem for intet regulerende princip på området, så kan der ikke være et regulerende princip, da de så begge ville foretrække "intet princip". (Dette er fuldt ud foreneligt med, at de som individer, snarere end som samfundsborgere, følger deres foretrukne princip eller dets implikationer.)

Jeg tror, at en politik vedrørende kød og klima, der faktisk respekterer alle involverede ræsonnable borgere som fri og lige, i grove træk vil ligne det netop skitserede (for så vidt de empiriske præmisser nævnt ovenfor holder): en afgiftspålæggelse, der er stor nok til at flytte på forbruget, men som ikke for alvor forhindrer nogen i at spise kød. Naturligvis vil en sådan afgiftspålæggelse, som det stumpe instrument det er, ramme nogen meget hårdere end andre. De fattigste vil rammes relativt hårdere end de rigeste, der sikkert knap konstaterer en forskel. Hvilken rolle den type af egalitaristiske overvejelser bør have i denne og lignende sammenhænge, er uklart.

Med hensyn til GMO'er skal ræsonnable borgere ikke tage stilling til, hvordan de indbyrdes kan komme frem til en overlappende konsensus, idet vi antager, at ræsonnable borgere ikke ser nogen særlig helbredsfare ved GMO'er. Men de kan være uenige om, hvorvidt hensyn til ikke-ræsonnable borgere (der måske er bekymrede alligevel), og måske generelt et hensyn til transparens på markedet samlet set legitimerer former for regulering af GMO. I dette tilfælde vil jeg tro, at ræsonnable borgere kunne finde en overlappende konsensus, der tilsiger, at neutral men klar mærkning af fødevarer, der indeholder GMO'er, er en ønskværdig ting, for så vidt den ikke urimeligt fordyrer produktionen.

Litteratur

Andersen, M.M. og M.E.J. Nielsen. 2014. Statslig neutralitet og uenighed om kendsgerninger. *Politik* vol. 17, no. 1: 23-30.

Gaus, G. 2010. *The Order of Public Reason: A Theory of Freedom and Morality in a Diverse and Bound World*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rawls, J. 1993. *Political Liberalism*. New York: Columbia University Press.

Quong, J. 2013. *Public Reason*. <http://plato.stanford.edu/entries/public-reason/>. Lokaliseret 15. november 2014.

Det er et af vor tids største etiske problemer, at de nuværende generationer nedbryder naturområder, opbruger ikke-fornybare naturressourcer og forandrer klimaet med en hastighed, som truer med at ødelægge livsgrundlaget for kommende generationer.

I manglen på effektive politiske tiltag er fænomenet 'den etiske forbruger' vundet frem også på klimaområdet. Nogle forbrugere er begyndt at medtænke fødevarernes effekt på klima, når de køber ind i håbet om, at øget efterspørgsel på bæredygtige varer kan vende udviklingen – og endnu flere appellerer til, at vi skal tage ansvaret i den ene hånd og indkøbskurven i den anden.

Men er det den enkelte forbrugers ansvar at redde verden? Og er det sandsynligt, at forbrugerne kan vende udviklingen ved at tage individuelt ansvar? Eller skal andre aktører tage et større ansvar, hvis udviklingen skal vendes?

Denne antologi rummer 11 bidrag fra eksperter og interessenter, som med hver deres baggrund bidrager til at svare på disse spørgsmål.

